



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE
CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E SOCIAIS
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

TIBÉRIO LUNGUINHO DA SILVA

**CAPITAL INTELECTUAL E A EVIDENCIAÇÃO CONTÁBIL:
UM ESTUDO DA EMPRESA NATURA S/A NO PERÍODO DE
2003 A 2007**

**SOUSA - PB
2008**

TIBÉRIO LUNGUINHO DA SILVA

**CAPITAL INTELECTUAL E A EVIDENCIAÇÃO CONTÁBIL:
UM ESTUDO DA EMPRESA NATURA S/A NO PERÍODO DE
2003 A 2007**

Monografia apresentada ao Curso de Ciências Contábeis do CCJS da Universidade Federal de Campina Grande, como requisito parcial para obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis.

Orientadora: Professora Ma. Thaiseany de Freitas Rêgo.

**SOUSA - PB
2008**

TIBÉRIO LUNGUINHO DA SILVA

**CAPITAL INTELECTUAL E A EVIDENCIAÇÃO CONTÁBIL: UM ESTUDO DA
EMPRESA NATURA S/A NO PERÍODO DE 2003 A 2007**

Esta Monografia foi julgada adequada para obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis, e aprovada em sua forma final pela Banca Examinadora designada pela Coordenação do Curso de Ciências Contábeis do Centro de Ciências Jurídicas e Sociais da Universidade Federal de Campina Grande (PB).

Presidente: Thaiseany Freitas Rego (Orientadora)
Prof^a. – UFCG

Membro: Thiago Alexandre das N. Almeida
Prof. MSc. – UFCG

Membro: Joana D'arc Medeiros Martins
Prof. MSc. – UFCG

Sousa (PB), 03 de dezembro 2008.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus, por tudo que tem feito em minha vida, por sempre me iluminar e mostrar saídas para superar os obstáculos que surgem.

Aos meus pais, Francisco Pedro da Silva (*in memoriam*) e a minha mãe, Valnira Maria da Silva Lunguinho, pelos ensinamentos e pela educação que transmitiram para mim, sempre voltados para os valores éticos, morais e religiosos.

Aos meus irmãos, Emerson e Pierre, e aos meus sobrinhos Emilly, Ellen e Pedro Neto, pelo amor que sempre demonstraram por mim.

À minha incansável companheira de todas as horas, Carla Rocha Pordeus, pelo incentivo, confiança, carinho e apoio incondicionais, sempre presente em minha vida, seja nos momentos de alegria ou de tristeza, sei que sempre posso contar com seu apoio.

A todos os meus colegas e amigos (as) de curso e em especial à Joilma, Thatiane, João Lopes e Francisco de Assis Paiva Cavalcanti, pelo apoio e pelo companheirismo que sempre demonstraram durante essa difícil jornada.

E em especial à minha orientadora Thaiseany Freitas Rêgo, pela paciência e facilidade com que transmite seus conhecimentos e por ter sido fundamental na conclusão desse trabalho.

RESUMO

Os ativos intangíveis têm chamado a atenção e gerado discussões entre os estudiosos da área contábil no Brasil, desde o ano de 1972, com a publicação da tese de doutorado do Prof. Eliseu Martins. Essas discussões encontram-se relacionadas ao problema de reconhecimento, mensuração e evidenciação dos intangíveis, em especial do Capital Intelectual (CI), que envolve elementos tais como o capital humano, estrutural e de relacionamento. Diante dessa problemática, bem como do fato de que a evidenciação de informações contábeis, sobretudo as relacionadas aos intangíveis, se mostra relevante para que a empresa possa apresentar seus resultados no mercado. Além do fato de que tanto as demonstrações contábeis, quanto as notas explicativas e os relatórios da administração despontam como meios de evidenciação dos eventos que afetam a situação econômico-financeira da empresa. Nesse contexto, fez-se necessário proceder com um apanhado teórico sobre o capital intelectual e a evidenciação da informação contábil de forma a firmar conceitos, bem como fazer uso de uma pesquisa exploratória e descritiva, associada a um estudo documental, com o propósito de verificar o nível de evidenciação do Capital Intelectual da NATURA Cosméticos S/A, que se baseou na extração de tais elementos junto aos relatórios de administração e notas explicativas, disponibilizados pela empresa no endereço eletrônico da BOVESPA, no período de 2003 a 2007. Com a análise dos resultados, constatou-se que 33,33% dos itens relacionados ao Capital Intelectual estão disponíveis nas notas explicativas da empresa, enquanto que 66,67% de tais elementos encontram-se apresentados junto aos relatórios de administração.

Palavras-chave: Evidenciação. Capital Intelectual. Natura Cosméticos S/A.

ABSTRACT

The intangible assets have drawn attention and generated discussion among scholars of the field accounting in Brazil since the year 1972 with the publication of the doctoral thesis of Prof. Eliseu Martins. These discussions are found related to the problem of recognition, measurement and disclosure of intangible assets, in particular the Intellectual Capital (IC), involving factors such as human capital, structural and relationship. Faced with this problem, as well as the fact that the disclosure of accounting information, particularly those related to intangibles, is relevant to show that the company could present their results in the market. In turn, both the financial statements, as the explanatory notes and reports of the administration own as means of illustration of events that affect the economic and financial situation of the company. To that end, it was necessary to proceed with a theoretical overview on the intellectual capital and disclosure of accounting information in order to embed concepts, and is used for a documentary study, in order to verify the level of disclosure of Intellectual Capital NATURA Cosmetics S / A, which was based on the extraction of these elements together to reports of administration and explanations, offered by the company in the electronic address of BOVESPA, in the period 2003 to 2007. The analysis of results, it was found that 33.33% of items related to the IC are available in the explanatory notes the company, while 66.67% of such elements are presented attached to the reports of administration.

Keywords: Disclosure. Intellectual Capital. Natura Cosmetics S/A.

LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – Navegador do Capital Intelectual – Proposto por Stewart.....	38
FIGURA 2 – Navegador Skandia.....	41

TABELA DE GRÁFICOS

GRÁFICO 1 – Informações gerais sobre o capital intelectual nos RA.....	63
GRÁFICO 2 – Informações gerais sobre o capital intelectual nas NE.....	65
GRÁFICO 3 – Evolução da evidenciação do capital intelectual nos RA.....	67
GRÁFICO 4 – Evolução da evidenciação do capital intelectual nas NE.....	68
GRÁFICO 5 – Notas explicativas x Relatórios da administração (2003 a 2007).....	69

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – Informações gerais sobre o capital intelectual nos RA	63
TABELA 2 – Informações gerais sobre o capital intelectual nas NE	65

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – Monitor de Ativos Intangíveis	40
QUADRO 2 – Indicadores da Mensuração Absoluta do Capital Intelectual (CI).....	43
QUADRO 3 – Índice do Coeficiente de Eficiência (i) do Capital Intelectual.....	43

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

BOVESPA	Bolsa de Valores de São Paulo
CE	Capital Estrutural
CFC	Conselho Federal de Contabilidade
CH	Capital Humano
CI	Capital Intelectual
CR	Capital de Relacionamento
CPC	Comitê de Pronunciamentos Contábeis
CVM	Comissão de Valores Mobiliários
FASB	Financial Accounting Standards Board – Órgão de Padrões de Contabilidade Financeira
FIPECAFI	Fundação Instituto de Pesquisas Contábeis, Atuariais e Financeiras
NE	Notas Explicativas
ONGs	Organizações não-governamentais
RA	Relatório da Administração

SUMÁRIO

1 APRESENTAÇÃO	12
1.1 Delimitação do tema e problemática	13
1.2 Justificativa	14
1.3 Objetivos.....	16
1.3.1 <i>Objetivo Geral</i>	16
1.3.2 <i>Objetivos Específicos</i>	16
1.4 Procedimentos Metodológicos.....	17
1.4.1 <i>Pesquisa quanto aos Fins</i>	17
1.4.2 <i>Pesquisa quanto aos procedimentos</i>	17
1.4.3 <i>Pesquisa quanto à Abordagem do Problema</i>	18
1.4.4 <i>Estudo de caso</i>	19
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	20
2.1 Aspectos Conceituais dos Ativos.....	20
2.1.1 <i>Ativos intangíveis</i>	22
2.1.2 <i>Considerações sobre o Goodwill</i>	24
2.2 Capital Intelectual.....	29
2.2.1 <i>Definições de Capital Intelectual</i>	30
2.2.2 <i>Composição do Capital Intelectual</i>	31
2.3 Métodos de Mensuração do Capital Intelectual.....	36
2.3.1 <i>Navegador do Capital Intelectual de Stewart</i>	37
2.3.2 <i>Monitor de Ativos Intangíveis de Sveiby</i>	39
2.3.3 <i>Modelo de mensuração Skandya</i>	41
2.4 Evidenciação Contábil.....	44
2.4.1 <i>Nível de divulgação</i>	47
2.4.2 <i>Informações qualitativas e quantitativas</i>	49
2.4.3 <i>Evidenciação voluntária e compulsória</i>	50
2.4.4 <i>Métodos de Evidenciação</i>	54
3 ANÁLISE DOS RESULTADOS	62
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	71
REFERÊNCIAS.....	73
APÊNDICE A.....	78
APÊNDICE B.....	79

1 APRESENTAÇÃO

O desenvolvimento econômico atrelado às novas tecnologias acabou por demandar dos setores produtivos e administrativos das empresas o processo de adaptação de sua estrutura organizacional, a fim de acompanharem as movimentações do mercado e os anseios dos clientes.

Ante esse cenário, de acordo com Antunes (2007, p. 18), o conhecimento desponta como elemento que vem impactando sobremaneira no valor das organizações, pois, de acordo com a referida autora, a materialização da aplicação desse recurso mais as tecnologias disponíveis e empregadas para atuar num ambiente globalizado produzem benefícios intangíveis, agregando valor às mesmas.

Prosseguindo na lição de Antunes (2007, p. 18), esse conjunto de benefícios intangíveis foi denominado Capital Intelectual, conceito este que fez surgir a necessidade de aplicação de novas estratégias e nova filosofia de administração e de novas formas de avaliação do valor da empresa que contemple o recurso do conhecimento.

Diante disso, para Quinn (1992, p. 241, apud Antunes, 2007, p. 25):

Com raras exceções, o poder econômico e produtivo de uma moderna corporação está mais na capacidade de serviço intelectual do que nos ativos tangíveis – terra, planta, equipamentos. Está no valor do desenvolvimento do conhecimento baseado nos intangíveis, como know-how de tecnologia, desenho de produtos, marketing, compreensão das necessidades dos clientes, criatividade pessoal e inovação (...) provavelmente três quartos do valor agregado a um produto derivam do conhecimento previamente embutido nele.

Por sua vez, os ativos intangíveis vêm ganhando destaque ao longo dos anos, fato esse que, conforme citado por Cunha (2006) pode ser percebido com as milionárias transações ocorridas no mercado em que os valores pagos por ela são maiores que o registrado na contabilidade das empresas, mencionando inclusive a empresa Microsoft. A atenção dirigida a eles mostra-se interessante, tendo em vista que as organizações e os negócios estão se redefinindo em termos de formatos e meios de transações comerciais.

Dentre os diversos intangíveis, salienta Antunes (2007, p. 76) destaca-se o capital Intelectual, tema esse que tem gerado discussões no meio contábil, sobretudo entre os

estudiosos da área e os interessados que a informação contábil demonstre os ativos intangíveis de uma empresa, que segundo Stwert (1998, p. 08, apud Antunes, 2007, p. 77), representa "a soma de todos os conhecimentos que possuem os empregados de uma empresa e dão a esta uma vantagem competitiva".

Essa mutação ocorrida com a saída da "Era Industrial" para a "Era do Conhecimento", tem se destacado a questão da força física passando a ser menos utilizada nos processos produtivos do que o conhecimento, fato esse que tem permitido que as empresas acompanhem essa evolução e desenvolvam suas atividades de modo a valorar o capital intelectual e o desenvolvimento sustentável das empresas.

Nesse contexto, afirma Cunha (2006) que a Contabilidade como ciência social, tem o papel de apresentar, por meio das demonstrações contábeis e demais elementos que propiciem a divulgação dos atos e fatos contábeis, a real situação econômica e financeira das empresas. Analisando-se a questão da "Era do conhecimento", percebe-se que há uma necessidade de evidenciação do capital intelectual, que prima pela valorização dos seus colaboradores, ou seja, do elemento humano.

1.1 Delimitação do tema e problemática

Com a transição da sociedade industrial para a do conhecimento, verificou-se a existência de mudanças gradativas na percepção da sociedade sobre a questão da valorização profissional, que teve seu ápice com o processo de globalização, no qual se aproximou os mercados e os potenciais investidores começaram a procurar pro empresas que valorizam o desenvolvimento sustentável.

Em face desse cenário, já não se observa mais a questão da terra, do capital e do trabalho, mas os recursos humanos valorizados e utilizados na produção, em que o conhecimento desponta alterando a estrutura organizacional das empresas de modo a valorizar a figura dos seus funcionários, os tratando como colaboradores que merecem destaque durante o processo produtivo.

Por sua vez, faz-se necessário inserir na contabilidade o ativo intangível, ou mais precisamente o capital intelectual, como fator de elevação do valor de mercado das empresas que detêm ativos assim classificavam, bem como o diferencial competitivo, que de acordo com Antunes (2007, p. 13), deve admitir que o conhecimento seja tratado como

recurso econômico que impõe novos paradigmas na forma de valorizar a organização, com a geração de bens intangíveis que alteram seu patrimônio.

Nesse contexto, no entendimento de Assunção et. al (2005), o conhecimento pode ser apontado como fator imprescindível em prol do crescimento e sustentabilidade das empresas, posto que essa tendência do mercado venha exigindo que as empresas tenham uma maior agilidade para atender suas demandas de modo eficaz, produzindo os resultados esperados por seus clientes, fornecedores, e demais interessados.

Diante do desafio da contabilidade em tratar e evidenciar os ativos intangíveis observa-se a questão do capital intelectual, cuja evolução histórica e influência no desenvolvimento das empresas, de acordo com Cunha (2006), encontram-se atreladas à ausência de informações nas demonstrações contábeis, concernentes à mensuração, o que acaba por incorrer na necessidade de análise de instrumentos, tais como as notas explicativas e os relatórios de administração.

Para tanto, o objeto de estudo do presente trabalho, centra-se na análise das notas explicativas e relatórios da administração da empresa NATURA Cosméticos S/A, a partir de agora denominada apenas de NATURA, cujos dados serão extraídos da BOVESPA (Bolsa de Valores de São Paulo), no que concerne ao período que compreende os anos de 2003 a 2007, a fim de verificar o nível de evidenciação das informações relativas ao capital intelectual, que abarca itens concernentes ao capital humano, estrutural e de relacionamento, em virtude dessa entidade caracterizar-se pela qualidade de seus produtos e responsabilidade ambiental diante da sociedade.

Com base nos pontos abordados e considerando a relevância do tema para a área contábil, quanto à análise do capital intelectual da NATURA, emergiu a seguinte questão de estudo: **“Qual o nível de evidenciação do capital intelectual da empresa NATURA Cosméticos S/A, no período de 2003 a 2007?”**

1.2 Justificativa

Conforme mencionado anteriormente, em face da atual realidade econômica, o conhecimento tem se tornado o fator-chave para o sucesso de uma organização, verificando-se uma significativa redução no valor dos tradicionais meios de produção, ao

passo que o conhecimento tem apresentado sensíveis mudanças, em que se deve valorizar a aplicação do conhecimento nas organizações.

A utilização dos recursos humanos como fatores de conhecimento, atrelados as tecnologias disponíveis, tem gerado benefícios intangíveis que agregam valor para as empresas, e o conjunto desses benefícios, segundo Santiago e Santiago Jr. (2007, p. 24), é chamado de "capital intelectual".

Nesse contexto, em que o conhecimento tem potencial para exercer função de grande relevância na expansão das organizações, faz-se necessário compreender que a contabilidade deve acompanhar essa evolução, por meio da participação ativa nesse cenário, cumprindo o seu papel, de acordo com os objetivos pelos quais foi constituído, bem como buscando satisfazer às necessidades informativas dos usuários da informação, por meio da evidenciação contábil.

Conforme afirma Antunes (2007, p. 20):

A Contabilidade, como um sistema especial de informações, deve contemplar os novos requisitos exigidos pelo momento atual, se esse for o caso, por meio de averiguação e de análises criteriosas, e utilizando-se do método científico de pesquisa, continuar fazendo ciência. [...].

Seguindo essa linha de pensamento, observa-se a relevância desse tema para a área contábil. Diante disso, o presente estudo busca trazer para a academia uma discussão acerca do capital intelectual e o processo de evidenciação contábil dos itens relacionados a ele.

No contexto atual, têm-se como objetivo analisar a situação do processo de evidenciação dos itens relacionados ao capital intelectual da NATURA, que segundo a Revista Carta Capital (2000) e o Instituto Interscience (2000), ficou na segunda posição na pesquisa realizada pela revista, quanto as "Empresas mais admiradas do Brasil", atrás somente da Microsoft.

Segundo o Relatório Anual emitido pela empresa NATURA, só no ano de 2002, atingiu a marca de 307 mil consultoras no Brasil e 15 mil na Argentina, o que representa um volume de negócios abrange cerca de R\$ 1,9 bilhões, o que lhe rendeu um lucro líquido de R\$ 119

milhões, o maior desde a sua fundação e que representa para a empresa um crescimento de 187,5% em relação ao ano anterior.

Conforme trata Rezende (2003) o Jornal The Financial Times em parceria com a Pricewaterhouse-Coopers, "The Worlds Most Respected Companies", apontou as 90 companhias mais admiradas por CEO, cujas informações abarcaram empresas distribuídas por todo o mundo. Nesse estudo, a NATURA apareceu na nona posição entre as empresas brasileiras e em trigésimo quinto lugar a nível mundial, de um total de 47 empresas, que segundo o referido Jornal, caracteriza-se como uma das empresas que "melhor controlam e utilizam recursos ambientais".

Partindo do pressuposto que a empresa emprega valores focados no ser humano e na promoção do desenvolvimento sustentável, realizou-se a pesquisa na NATURA, no período de 2003 a 2007, haja vista que mesma só se inseriu no mercado de capitais no ano de 2003 e que suas informações se encontram disponíveis na BOVESPA até o último exercício (2007).

1.3 Objetivos

1.3.1 Objetivo Geral

Verificar o nível de evidenciação contábil dos itens relacionados ao Capital Intelectual da empresa NATURA COSMÉTICOS S/A, que se encontra listada na BOVESPA, entre os anos de 2003 a 2007.

1.3.2 Objetivos Específicos

- Apresentar os aspectos conceituais sobre evidenciação e capital intelectual;
- Identificar os itens relacionados ao capital intelectual da NATURA entre os anos de 2003 a 2007;

- Analisar dentre os Relatórios da Administração e Notas Explicativas verificados no período de amostra, qual método de divulgação que melhor evidencia informações para o usuário.

1.4 Procedimentos Metodológicos

Neste tópico serão apresentados os procedimentos metodológicos utilizados para a consecução do presente estudo, bem como dos meios necessário para alcançar o objetivo proposto.

1.4.1 Pesquisa quanto aos Fins

O presente trabalho se dá por meio de uma pesquisa descritiva, uma vez que visa verificar o nível de evidenciação do capital intelectual através da análise das notas explicativas e dos relatórios da administração da NATURA, extraídos da BOVESPA no período de 2003 a 2007.

O estudo caracteriza-se como descritiva que, como o próprio nome induz, caracteriza-se por buscar descrever, identificar, relatar, comparar dados e fenômenos pesquisados, fato esse que o estudo se propõe a realizar.

Andrade (2002, p. 63 apud BEUREN et al. 2006, p. 81) "destaca que a pesquisa descritiva preocupa-se em observar os fatos, registrá-los, analisá-los, classificá-los e interpretá-los, e o pesquisador não interfere neles".

Diante disso, a pesquisa descritiva busca descrever, identificar, relatar e comparar os dados e fenômenos pesquisados, em que o estudo se propõe a realizar, por meio da análise das notas explicativas e relatórios da administração da NATURA, disponibilizados no site da BOVESPA, entre os anos de 2003 e 2007.

1.4.2 Pesquisa quanto aos procedimentos

Os meios utilizados nesta pesquisa baseiam-se no estudo de caso, bem como na pesquisa bibliográfica e documental. Segundo Gil (1999, p. 65 apud BEUREN et al. 2006, p. 83) “o elemento mais importante para a identificação de um delineamento é o procedimento adotado para a coleta dos dados”.

Desse modo, essa pesquisa trata-se de um estudo de caso, através do qual se buscam, a partir da análise das notas explicativas e dos relatórios da administração da NATURA, elencar as informações disponibilizadas pela empresa na BOVESPA, com o propósito de auferir o nível de evidenciação do capital intelectual dela.

No desenvolvimento deste trabalho foi realizado um estudo bibliográfico, tendo em vista que se faz necessário realizar uma revisão da literatura que aborda o assunto, utilizando-se de livros, artigos científicos, periódicos, monografias e dissertações, além de material adquirido na internet, que abordam o assunto em foco.

Quanto à pesquisa de natureza documental, é oportuno esclarecer que embora se assemelhe a pesquisa bibliográfica, porém ela possui características diferentes, para Beuren et al. (2006) a pesquisa bibliográfica se utiliza das contribuições de vários autores sobre determinado assunto, enquanto que a pesquisa documental baseia-se em materiais que ainda não receberam tratamento analítico.

Cabe frisar, que os dados coletados com o estudo junto aos referidos elementos, basearam-se na observação de aspectos relacionados ao capital humano, capital estrutural e capital de relacionamento (conforme apêndice).

1.4.3 Pesquisa quanto à Abordagem do Problema

No tocante a abordagem do problema, esta pesquisa exibe um teor qualitativo, caracterizada pela análise mais aprofundada do fenômeno estudado, visto que gera a possibilidade de interpretações dos dados coletados e identificados nas notas explicativas e nos relatórios da administração da empresa analisada no período de 2003 a 2007.

Conforme Nunes (1996, p. 1) a pesquisa qualitativa “compreende o conjunto de diferentes técnicas interpretativas que visam descrever e decodificar os componentes de um sistema complexo de significados”. Continuando, o mencionado autor (1996, p. 1) ainda aduz que a referida pesquisa tem por objetivo traduzir e expressar o sentido dos fenômenos do mundo social, reduzindo a distancia entre indicador e indicado, teoria e dados, contexto e ação.

Acrescenta-se ainda, de acordo com as lições de Beuren et. al (1996, p. 92), que se mostra bastante interessante enquanto modalidade de pesquisa em uma investigação científica, permitindo a utilização de documentos como fonte sistemática de dados e conciliações, não se detendo ao emprego de instrumentos estatísticos, como ocorre na pesquisa quantitativa.

1.4.4 Estudo de caso

O desenvolvimento deste trabalho foi pautado na análise de informações contábeis da empresa Natura S/A, eleita como empresa amostra pelo fato de utilizar uma publicidade voltada para a valorização da pessoa humana, seja cliente, seja consultor(a), bem como do desenvolvimento sustentável, despertando assim o interesse dessa pesquisa em observar se essas ações eram evidenciadas em sua contabilidade e, em caso positivo, qual o nível dessa evidenciação.

Como os dados da mencionada empresa somente ficaram disponíveis no site da BOVESPA a partir do ano de 2003, justificada está a escolha do período para a coleta de dados, compreendido entre o ano de 2003 e o exercício anterior ao do presente trabalho, ou seja, 2007.

No que tange ao tratamento dos dados, a pesquisa seguiu a seguinte ordem, após a coleta de dados, os RA e as NE

foram analisadas e destacadas as informações relevantes referentes a cada componente do CI, evidenciadas nos mencionados métodos de divulgação, considerando-se o que podia ser compreendido como Capital Humano, Capital Estrutural e Capital de Relacionamento.

Superada essa fase, procedeu-se a interpretação dos dados coletados e posterior transformação desses dados em tabelas e gráficos que denotam o percentual de informações evidenciadas a cada ano no que se referem ao CH, CE e CR.

Por fim, vale ressaltar que as análises realizadas não objetivaram demonstrar ou explicar os motivos pelos quais a empresa amostra evidenciou mais ou menos a cada ano, almejava-se verificar o nível dessa evidenciação, bem como qual o método de divulgação, dentre os analisados, se mostra mais hábil a esse fim.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo apresenta-se a plataforma teórica, em que inicialmente será analisada a questão dos ativos, promovendo-se a distinção entre ativos tangíveis e intangíveis, ocasião em que se observaram as definições e peculiaridades do goodwill e capital intelectual (CI), cuja ênfase será dada ao capital intelectual, de forma mais pormenorizada, examinando sua composição e os principais modelos de mensuração.

Finalizada a primeira etapa, o passo seguinte consiste em realizar uma abordagem sobre a questão da evidenciação contábil, com destaque para suas formas, características, bem como a evidenciação voluntária e compulsória, dando ênfase ao Relatório da Administração e as Notas Explicativas, por serem essas as formas de evidenciação utilizadas na parte empírica deste trabalho.

2.1 Aspectos conceituais dos ativos

Antes de abordar a questão da evidenciação do capital intelectual por parte das empresas de capital aberto, que possuem suas ações negociadas no mercado, faz-se necessário discorrer sobre a natureza dos ativos, em especial dos intangíveis, que vem gerando diversas discussões ao longo dos anos.

Por sua vez, os ativos são formados por bens e direitos expressos em moeda, podendo os mesmos ser classificados em tangíveis ou intangíveis. Para tanto, Antunes (2007, p. 75) aponta uma diferenciação entre os ativos tangíveis e intangíveis ao dizer que, “os primeiros são aqueles que possuem existência física e os segundos são os que não possuem”.

Para D’Auria (1958, p. 65, apud Ludicibus, 2006, p. 137) o ativo representa “o conjunto de meios ou matéria posta à disposição do administrador para que este possa operar de modo a conseguir os fins que a entidade entregue à sua direção tem em vista”. Na concepção de Ludicibus (2006) essa definição é um tanto restrita, haja vista que a mesma aborda apenas meios ou matérias postas à disposição, deixando de lado outros elementos, tais como o *goodwill*, que constitui intangível.

Segundo Hendriksen e Van Breda (1999), os ativos podem ser definidos como resultados potenciais fluxos de serviço ou direitos a benefícios futuros sob o controle da organização.

Nesse sentido Ludícibus (2006, p. 137), argumenta que os mesmos, representam recursos controlados pela entidade, que são capazes de gerar fluxos de caixa. Detalhando cada aspecto do referido conceito o citado autor afirma que:

O termo recursos é amplo, incluindo tangíveis e intangíveis. O fato de serem controlados por uma entidade é uma dimensão mais moderna de ativo. Ao controlarmos, podemos não ter a propriedade. Por outro lado, a posse nem sempre é indispensável para caracterizar um ativo. Podemos ter adquirido um ativo e ele estar ainda em trânsito, não chegou, fisicamente, em nossa entidade, mas, nem por isso, deixa de ser ativo.

Para Martins (1972, p. 30) o “ativo é o futuro resultado econômico que se espera obter de um agente”, fato esse que entra em consonância com a visão dos cientistas econômicos, não se restringindo apenas aos bens tangíveis, mas também aos intangíveis.

Cabe frisar, que ambas as definições, embora aparentemente simples, são amplas e complexas, sendo menos precisas, pois não apresentam uma definição clara de quais recursos foram selecionados. Todavia, as mesmas se aproximam mais do conceito de ativo econômico e na opinião de grande parte dos estudiosos pesquisados de Teoria da Contabilidade a tendência futura é de uma aproximação entre a Contabilidade e a Economia (RAMLOW; BEUREN, 2003)

Na lição de SCHMIDT et. al (2003), pode-se afirmar que para caracterizar-se como um ativo, os mesmos devem observar a existência de dois pressupostos básicos pertinentes a esse item, o primeiro é que um ativo sempre estará representado por um bem ou direito de uma entidade, bem ou direito este avaliável em dinheiro, ou seja, mensurável em moeda presente, e que o ativo sempre denotará um benefício futuro para a entidade.

Os ativos tangíveis, conforme já foi mencionado, possuem existência material. Ferrari (2003, apud Ramlow e Beuren) explica que os ativos tangíveis são constituídos por bens de existência concreta (material), exemplificando com a figura de um táxi (automóvel), ao passo que os intangíveis são formados por bens de existência abstrata (imaterial) como, por exemplo, a licença do taxista.

Feitas essas considerações acerca dos aspectos gerais dos ativos, bem como apresentados alguns conceitos de ativos tangíveis, vale salientar que não será dada maior ênfase aos tangíveis, haja vista que o presente estudo visa tratar da questão da evidenciação do capital

intelectual, item esse de natureza intangível, razão pela qual se faz necessário dedicar maior atenção ao tema.

2.1.1 Ativos intangíveis

Com a evolução da sociedade industrial para a sociedade do conhecimento, observa-se que não se pode atribuir os resultados de uma entidade apenas a seus ativos tangíveis, pois não são os únicos responsáveis pela geração de resultados. Associado a estes, o ativo intangível constitui-se um recurso essencial a geração de valor nas organizações.

Afirma Os ativos intangíveis constituem uma das áreas mais complexas da teoria da contabilidade, parte em razão das dificuldades de definição, mas principalmente por causa das incertezas a respeito da mensuração de seus valores e estimação de suas vidas úteis, dado o fato de sua existência ser imaterial.

Com isso, cabe abrir um parêntese para tratar sobre a definição dos intangíveis, termo esse oriundo do latim *tangere* ou tocar. Logo, de acordo com SCHMIDT et. al (2003), os bens intangíveis são aqueles que não podem ser tocados, porque não possuem corpo físico, salientando que existem muitos outros ativos que não possuem tangibilidade e são classificados como se tangíveis fossem, tais como despesas antecipadas, duplicatas a receber, aplicações financeiras, entre outros.

Por sua vez, segundo Hendriksen e Van Breda (1999, p. 388) "Isto porque os contadores têm procurado limitar a definição de intangíveis restringindo-a a ativos não circulantes".

De acordo com Kohler apud Iudícibus (2006, p.225) o ativo intangível como "ativos de capital que não tem existência física, cujo valor é limitado pelos direitos e benefícios que, antecipadamente, sua posse confere ao proprietário".

Com base nas definições anteriormente enunciadas, podem-se classificar como intangíveis os seguintes elementos:

- gastos de organização;
- marcas;
- pesquisa e desenvolvimento;
- *goodwill*;

- direitos de autoria;
- patentes;
- franquias;
- desenvolvimento de software;
- licenças;
- matrizes de gravação;
- certos investimentos de longo prazo.

Pelos exemplos acima elencados vê-se que todos possuem uma característica comum aos intangíveis, qual seja o grau de incerteza existente em sua avaliação, bem como dos futuros resultados que por ele poderão ser proporcionados.

Não obstante essa dificuldade em estabelecer a correta medida de valor dos ativos intangíveis, nos dias atuais, o que define o real valor de uma entidade já não são apenas os ativos tangíveis em sua capacidade material de se transformar em benefício futuro, entram também nesta análise o valor dos ativos intangíveis.

Conforme comentou Stwert (1998, p. 58) ao comparar a proporção de valor de um dos tipos de ativos intangíveis, o Capital Intelectual, aos ativos tangíveis das organizações da denominada sociedade do conhecimento, utilizando-se da metáfora onde fazia analogia ao iceberg:

Acima da superfície, os recursos financeiros e físicos, brilhando sob o sol, visíveis, às vezes impressionantes. Por baixo, algo invisível, muito maior, cuja importância todos reconhecem, mas cujos contornos ninguém viu.

Por sua vez, a referida metáfora ilustra muito bem o fato de que tradicionalmente, por muito tempo, o que tem impressionado as pessoas, organizações e investidores, é justamente aquilo que é evidentemente visível, facilmente identificável, esquecendo-se de contemplar o imaterial. No entanto, a atual sociedade do conhecimento tem valorizado cada vez mais o conhecimento, o intelecto e, conseqüentemente, os ativos intangíveis.

Essa valoração dos intangíveis se torna cada vez mais acentuada, exemplo disso pode ser constatado nas recentes alterações promovidas pela Lei 11.638/2007 na Lei de Sociedade Anônima 6404/76, que, de acordo com Oliveira (2007, p.2), alterou o art. 178, § 1º, c, para “dar nova estrutura ao Ativo Permanente, passando a ser dividido em Investimentos, Imobilizado, Intangível e Diferido.” Sendo que o grupo do intangível englobará os bens

incorpóreos que ficavam no Imobilizado, que passa a registrar apenas os bens tangíveis (art. 179, IV e VI). Constituindo-se no intangível, segundo Oliveira (2007, p.3), os direitos que tenham por objeto bens incorpóreos destinados à manutenção da companhia ou exercidos com essa finalidade, inclusive o fundo de comércio adquirido

Para o citado autor, inclui-se, neste grupo, os direitos sobre propriedade intangível, como por exemplo, patentes, marcas, direitos autorais, direitos sobre recursos naturais, sistemas aplicativos de software, ágio decorrente de expectativas futuras, entre outros.

Não obstante as alterações realizadas pela lei acima citada convém mencionar que a matéria é tão importante que chamou a atenção do Comitê de Pronunciamentos Contábeis, que editou o Pronunciamento Técnico- CPC 04 com o objetivo de definir o tratamento contábil dos ativos intangíveis que não são abrangidos especificamente em outro pronunciamento, de estabelecer que uma entidade somente pode reconhecer um ativo intangível se determinados critérios especificados no referido Pronunciamento forem atendidos, além de especificar como apurar e mensurar o valor contábil dos ativos intangíveis, exigindo divulgações específicas sobre esses ativos.

As observações acima permitem afirmar, conforme já mencionado, que a tendência atual é dar ênfase aos intangíveis. Dentre os componentes dos intangíveis, destacam-se o *Goodwill* e o Capital Intelectual, que muitas vezes são considerados como um só, quando na verdade algumas características, ainda que sutis, os diferencia.

Nesse contexto, importante que se analise de maneira mais detida cada um desses intangíveis, de modo a estabelecer a distinção, bem como delimitar os seus elementos, observando-se a questão das especificidades, haja vista que os mesmos sejam vizinhos e auxilie os gestores no processo de evidenciação se busca verificar as notas explicativas e os relatórios de administração analisados no estudo de caso.

2.1.2 Considerações sobre o Goodwill

Por se tratar de um assunto vasto e complexo, cabe frisar a questão da natureza do *Goodwill*, quanto aos seus conceitos e classificações, e, posteriormente, na sua relação com o Capital Intelectual, esse sim, de cunho intangível que desperta maior interesse para o presente trabalho.

Contudo, o *Goodwill* tem sido motivo de estudos, debates, artigos, livros, legislação, concordâncias e divergências há vários anos, e as citações e referências a ele datam de séculos atrás, cuja primeira condensação do seu significado e o primeiro trabalho sistemático tendo-o como tema data de 1891.

Na área contábil percebe-se a necessidade de ampliação do reconhecimento e existência do *Goodwill* e sua possível importância no contexto da avaliação mais realista do patrimônio de uma empresa. Contudo, identificá-lo e mensurá-lo infere em uma subjetividade, em que as conclusões a esse respeito se mostram insuficientes.

Na visão de Santiago e Santiago Jr (2007, p. 33-34):

Esses bens normalmente que não são passíveis de uma adequada identificação são tratados, na contabilidade, como *goodwill*. O *goodwill* representa a diferença entre o valor da empresa, em termos de geração de lucros futuros, o valor contábil de seus ativos.

Segundo o *The Chartered Institute of Management Accountants*, o mais importante instituto de contadores gerenciais do Reino Unido, (1996, p. 87, apud Antunes, 2007, p. 84), o *goodwill* pode ser definido como "a diferença entre o valor de um negócio como um todo e a soma dos ativos individuais avaliados por justo valor".

Hendriksen e Van Breda (1999, p. 392), ao tratarem da mensuração do *goodwill*, consideram que:

Goodwill é o mais importante ativo intangível na maioria das empresas. Frequentemente, é o ativo de tratamento mais complexo porque carece de muitas das características associadas a ativos, tais como identificabilidade e separabilidade. Em consequência, sua mensuração tem recebido atenção especial. Uma vez que o objetivo da contabilidade é fornecer informações úteis e consistentes a usuários, torna-se discutível o uso ou não do *Goodwill* em seus demonstrativos, considerando se a partir de que ponto a sua subjetividade levaria à impraticabilidade.

Por sua vez, para Antunes (2007, p. 84) o *goodwill* deve ser reconhecido pela contabilidade quando da observância do processo de compra de uma empresa, ou de pelo menos parte

dela, cujo registro deve se dá por meio da diferença entre o valor pago pela empresa (valor de mercado) e o seu valor contábil.

Diante disso, depreende-se que o aspecto da subjetividade dos intangíveis, presente no estudo do *goodwill*, observa a dificuldade de se identificar elementos específicos para sua perfeita mensuração.

2.1.2.1 Classificação do Goodwill

Conforme a classificação de Coyngton (1923, apud Martins, 2001, p. 50-51), o *goodwill* assume a seguinte divisão:

- Goodwill Comercial: criado em função exclusivamente da empresa como um todo independente das pessoas proprietárias ou administradoras;
- Goodwill Pessoal: decorrente de uma ou várias pessoas que integram a empresa, sendo proprietária (s) ou administradora (s);
- Goodwill Profissional: desenvolvido por uma classe profissional que cria uma imagem que a distingue dentro da sociedade propiciando condições de alta remuneração como no caso dos médicos, advogados e contadores em alguns países;
- Goodwill Evanescente: característico de certos produtos que a moda cria e, portanto, possuem curta duração;
- Goodwill de Nome ou Marca Comercial: ocasionado pela imagem do nome da empresa que produz o produto ou da marca sob o qual é comercializado. Distingue-se do anterior pela durabilidade.

Por sua vez, para Paton (1952, apud Martins, 2001, p.51) a classificação do *goodwill* seria a seguinte:

- Goodwill Comercial: decorrente de serviços colaterais como equipe cortês de vendedores, entregas convenientes, facilidade de crédito, dependências apropriadas para serviço de manutenção; qualidade do produto em relação ao preço; atitude e hábito do consumidor como fruto de nome comercial e marca tornados proeminentes em função de propaganda persistente; localização da firma.
- Goodwill Industrial: decorrente de altos salários, baixo turnover de empregados, oportunidades internas satisfatórias para acesso às posições hierárquicas superiores, serviço médico, sistema de segurança adequado, desde que tais fatores contribuam para a boa imagem da

- empresa e também para a redução do custo unitário de produção, devido à eficiência de uma força de trabalho operando nessas condições.
- Goodwill Financeiro: derivado da atitude de investidores e de fontes de financiamento e de crédito em função de a empresa possuir sólida situação para cumprir suas obrigações e manter sua imagem ou, ainda, obter recursos financeiros que lhe permitam aquisições de matéria-prima ou mercadorias em melhores termos e preços.
 - Goodwill Político: decorrente de boas relações com o Governo.

Face ao exposto, cabe frisar que ambas as classificações tornam evidente o quanto o *goodwill* se assemelha ao entendimento do Capital Intelectual, tornando necessárias algumas considerações acerca da sutil diferença existente entre ambos, conforme pode ser observado nos itens a seguir.

2.1.2.2 Relação entre Goodwill e Capital Intelectual

Ao observar-se a relação entre os conceitos de *goodwill* e Capital Intelectual cabe frisar que seus conceitos são próximos. Diante disso, pode-se extrair o entendimento dado por Edvisson e Malone (1998, apud Antunes, 2007) que buscam se utilizar de uma linguagem metafórica com o intuito de melhorar a conceituação a respeito do capital intelectual, comparando uma empresa a uma árvore.

Os referidos autores consideram a parte visível como o tronco, os galhos e folhas, com as que se encontram descritas em organogramas, nas demonstrações contábeis e em outros documentos, e a parte que se encontra abaixo da superfície, no sistema de raízes, como o capital intelectual, haja vista que o mesmo observa fatores dinâmicos e ocultos, que embasam a empresa visível constituída por edifícios e produtos.

Por sua vez, o capital intelectual representa o material intelectual que compõe a empresa, abrangendo os conhecimentos, as informações, a propriedade intelectual e a experiência, que pode ser utilizada de maneira organizada e oportuna para agregar valor às empresas.

Diante disso, convém observar os fatores que geram *goodwill*, apontados por Catlett e Olson (1972, apud Antunes, 2007, p. 86-87), bem como os que são responsáveis pela formação do capital intelectual, de acordo com as perspectivas de Brooking (1996, p.17 apud Antunes, 2007, p. 86-87), a fim de verificar os pontos em comum entre ambos.

A) Fatores que geram o Goodwill:

- Administração superior.
- Organização ou gerente de vendas proeminente.
- Fraqueza na administração do competidor.
- Propaganda eficaz.
- Processos secretos de fabricação.
- Boas relações com os empregados.
- Crédito proeminente como resultado de uma sólida reputação.
- Excelente treinamento para os empregados
- Alta posição perante a comunidade conseguida através de ações filantrópicas e participação em atividades cívicas por parte dos administradores da empresa.
- Desenvolvimento desfavorável nas operações do competidor.
- Associações favoráveis com outra empresa.
- Localização estratégica.
- Descoberta de talentos ou recursos.
- Condições favoráveis com relação aos impostos.
- Legislação favorável.

B) Fatores que geram o Capital Intelectual:

- Conhecimento, por parte do funcionário, do que representa o seu trabalho para o objetivo global da companhia.
- Funcionário tratado como um ativo raro.
- Esforço da administração para alocar a pessoa certa na função certa, considerando suas habilidades.
- Existência de oportunidade para desenvolvimento profissional e pessoal.
- Avaliação do retorno sobre o investimento realizado em Pesquisa & Desenvolvimento (P&D).
- Identificação do know-how gerado pela P&D.
- Identificação dos clientes recorrentes.
- Existência de uma estratégia proativa para tratar a propriedade intelectual.
- Mensuração do valor da marca.
- Avaliação do retorno sobre o investimento realizado em canais de distribuição.
- Sinergia entre os programas de treinamento e os objetivos corporativos.
- Existência de uma infra-estrutura para ajudar os funcionários a desempenhar um bom trabalho.
- Valorização das opiniões dos funcionários sobre os aspectos de trabalho.
- Participação dos funcionários na elaboração dos objetivos traçados.
- Encorajamento dos funcionários para inovar.
- Valorização da cultura organizacional.

Face ao exposto, observa-se que alguns itens apresentam uma correspondência de sentido, enquanto que outro não, o que dificulta o entendimento adequado sobre o *goodwill* e o capital intelectual.

Segundo Antunes (2007, p.88):

Goodwill e Capital Intelectual fazem parte do mesmo fenômeno, pois os fatores que identificam a existência de um valor a mais numa organização, e que integram o Capital Intelectual, já faziam parte do Goodwill, segundo pode ser verificado pelas classificações mencionadas e datadas da primeira metade deste século, podendo ser justificada a inclusão de novos elementos pela evolução natural da sociedade

Com isso, constata-se que apesar dos pontos em comum sobre os intangíveis, de integrarem um mesmo fenômeno, o *goodwill* apresenta-se como um conceito mais abrangente que o capital intelectual.

2.2 Capital Intelectual

Ante ao fortalecimento da Era do Conhecimento, percebe-se que a riqueza já não gira mais sob a perspectiva dos recursos financeiros propriamente, embora esses também sejam inerentes a sociedade. O que se percebe com isso, é que eles estão se superando cada dia mais, haja vista a combinação de elementos relacionados ao conhecimento e informação, representados pelo capital intelectual das organizações.

Acerca do processo de ascensão do capital intelectual, Paiva (2007, p. 1) comenta que:

Esse conceito surgiu na literatura contábil, nos meados dos anos 90, originalmente com o objetivo de explicar a diferença entre o valor patrimonial das empresas e o conferido pelo mercado de ações, este normalmente superior ao primeiro.

De acordo com Antunes (2007, p. 81), a primeira grande matéria que tratou sobre o conceito de capital intelectual foi editada por Thomas Stewart, na revista *Fortune*, em 1994. O que também merece destaque em relação à pesquisa sobre capital intelectual foi observado na década de 90, quando a maior companhia de seguros e serviços financeiros na Escandinávia, a Skandia AFS, divulgou um relatório adicional às suas demonstrações financeiras apresentando informações pertinentes ao capital intelectual.

Por sua vez, o principal executivo da organização, Leif Edvinsson, foi um dos precursores do assunto, e o referido relatório criou um marco na história, sendo então possível o início da padronização do modelo de capital intelectual, o que tem despertado o interesse das empresas, escritores e pensadores interessados na gestão do capital intelectual.

2.2.1 Definições de Capital Intelectual

O capital intelectual pode ser compreendido sob diversos aspectos, conservando em sua essência o mesmo conteúdo, consoante os entendimentos dos estudiosos a seguir declinados.

Para Stewart (1998, apud Antunes, 2007), o capital intelectual corresponde ao conjunto de conhecimentos e informações encontrados nas organizações, que busca agregar valor ao produto e/ou serviço, mediante a aplicação da inteligência e não do capital financeiro do negócio, o que proporciona vantagem competitiva as empresas.

Diante disso, o capital intelectual por se caracterizar como um item intangível é difícil de ser identificado e avaliado eficazmente. Na concepção de Edvinsson e Malone (1998, apud Antunes, 2007) o capital intelectual representa um capital não financeiro, ou seja, um espaço oculto entre o valor de mercado e o valor contábil.

Com isso, depreende-se que o capital humano representa toda a capacidade, conhecimento, habilidade e experiência individual dos funcionários de uma organização para a realização de suas tarefas. Já o capital estrutural representa a infra-estrutura, ou seja, o que dá suporte ao capital humano, e que tudo o que fica na organização, deve ser levado pelos funcionários quando esses a deixam.

O capital intelectual para Low e Kalafut (2003, apud Santos, 2007, p. 24) é:

o principal ativo da organização na nova economia, suplantando os recursos naturais, maquinário e até mesmo o próprio capital financeiro. A tangibilidade abre espaço para os ativos intangíveis, composto pelo capital intelectual, representando o valor das idéias, a pesquisa e o desenvolvimento, propriedade intelectual, habilidade da força de trabalho, marcas e patentes.

De acordo com Santiago e Santiago Jr (2007), o capital intelectual sempre existiu, e este é constituído por patentes, processos, habilidades dos funcionários, tecnologias, informações sobre clientes, fornecedores e toda experiência da organização.

Sob a ótica de Nonaka e Takeuchi (1997, apud Santos, 2007, p. 24) o capital intelectual representa:

um ativo intangível que está disperso na cabeça das pessoas que compõem uma organização, e também ainda em documentos gerados em sua estrutura como relatórios, memorandos, arquivos eletrônicos e de maneira especial, em sua experiência prática, correspondendo ao conhecimento explícito, concreto e ao conhecimento tácito, intuitivo.

Face ao exposto, percebe-se que várias são as definições acerca do capital intelectual, não havendo discordância de opinião no que tange aos componentes que o formam, existindo assim poucas discordâncias entre os citados autores.

Com isso, admite-se que o capital intelectual funciona como um grupo de valores escondidos, com tendência para agregar valores reais à organização, tornando possível a sua sobrevivência e continuidade.

2.2.2 Composição do Capital Intelectual

Entender o capital intelectual como um item isolado, incorre em um sério equívoco, haja vista que o mesmo é formado por partes que fundamentam o sentido de sua existência nas organizações.

Alguns autores e especialistas em capital intelectual oferecem diferentes formas, denominações e suas divisões, mas analiticamente, focando-se uma organização, o capital intelectual é encontrado, conforme apresenta Stewart (1998, apud Antunes, 2007), nas pessoas, nas estruturas organizacionais e nos clientes.

Por sua vez, o capital encontrado nas pessoas (capital humano) tem a capacidade de oferecer soluções aos clientes, utilizando suas habilidades, competências e experiências pessoais. Já o encontrado nas estruturais (capital estrutural) representa a própria infra-

estrutura que apóia o capital humano, envolvendo equipamentos, patentes, softwares. Enquanto que o encontrado nos clientes (capital de clientes) relaciona-se às interações da organização com o ambiente externo (clientes e fornecedores).

Dessa forma, é imprescindível que seja procedida uma abordagem de cada um dos componentes pertinentes ao capital intelectual, conforme poderá ser observado nos itens apresentados a seguir.

2.2.2.1 Capital Humano

O capital humano diz respeito às pessoas, que colocam seu capital humano, talento, capacidade individual, comprometimento, conhecimento e experiência a disposição da organização, e que de acordo com Mayo (2003, apud Gracioli, 2005) todos os ativos intelectuais devem ser criados e mantidos por pessoas, e que sem elas acabariam por definhar.

No enfoque dado por Edvinsson e Malone (1998, apud Santos, 2007), o capital humano representa toda a capacidade, conhecimento, habilidades e experiências individuais dos trabalhadores atreladas a elementos como: criatividade, capacidade de trabalho em equipe e de relacionamento interpessoal, liderança, pró-atividade, competência, dentre outros.

Contudo, deve-se levar em conta, a capacidade de desenvolver e reciclar os conhecimentos, compartilhando experiências individuais e criando-se assim um ambiente com expectativas que propiciem a alavancagem do potencial criativo dos funcionários, transformando-se em um diferencial competitivo para a organização.

Para Stewart (1998) o capital humano representa uma fonte de inovação e de renovação para as organizações, que cresce na medida em que a empresa utiliza mais do que as pessoas sabem e quando um número maior de pessoas sabe mais coisas úteis para a organização.

Com isso, o que se deve destacar é a necessidade da diminuição do volume de tarefas e atividades burocráticas, consideradas inúteis e que não trazem benefício algum. Por sua vez, para Mayo (2003, apud Gracioli, 2005) o capital humano refere-se às pessoas em si, que emprestam à organização o seu conhecimento pessoal, a sua capacidade individual e o

seu compromisso e experiência de vida, envolvendo também o modo de trabalho em equipe e os seus relacionamentos interpessoais.

Pode-se inferir, de acordo com Ramlow e Beuren (2003) que na sociedade baseada no conhecimento, devem-se observar as questões relacionadas ao trabalho das mentes, cujo maior ativo é a inteligência, capaz de “dar vida”, de garantir a criação e sustentabilidade do capital estrutural.

2.2.2.2 Capital Estrutural

O capital estrutural trata da infra-estrutura que existe em uma organização, e possui com objetivo, a questão da manutenção e desenvolvimento do capital humano, o que representa um conjunto de conhecimentos mantidos em poder da organização.

Segundo Stewart (1998, p. 98):

O Capital Estrutural pertence à empresa como um todo. Pode ser reproduzido e dividido. Parte do que pertence à categoria de capital estrutural tem direito aos direitos legais de propriedade: tecnologias, invenções, dados, publicações e processo podem ser patenteados, ter seus direitos autorais registrados ou ser protegidos por leis de comércio secretas.

Ainda no lastro do pensamento de Stewart (1998), o capital estrutural observa a transformação do conhecimento dos indivíduos em um ativo da organização, através da sua melhoria contínua, compartilhando-se com isso a criatividade e as experiências.

Na concepção de Santos (2007, p. 26), quando observada a questão da infra-estrutura que ampara o capital humano na organização, a fim de que se torne parte dela, constata-se que o capital estrutural, representa a transformação do conhecimento das pessoas em um ativo da organização, por meio de uma melhoria contínua e do compartilhamento da criatividade e da experiência, que devem ser estruturados com a ajuda da tecnologia da informação e das telecomunicações, a fim de reter o conhecimento humano.

Para Brooking (1999, apud Santos, 2007, p. 26), o capital estrutural compreende a infra-estrutura da empresa como: filosofia de gestão, cultura organizacional, processos de gestão,

sistemas de tecnologia da informação, capital tecnológico formado por patentes, franquias, entre outros.

Na concepção de Lynn (2000, apud Santos, 2007, p. 26), o capital estrutural “abrange os elementos restantes do capital intelectual: patentes, copyright, marcas entre outros”

Como visto, ainda citando Santos (2007, p. 26-27), o capital estrutural ajuda a manter e melhorar o capital humano, com o uso de equipamentos de informática, softwares, bancos de dados, patentes, marcas, representando com isso a espinha dorsal da organização, envolvendo a sua capacidade organizacional, seu planejamento administrativo e sistemas de controle, processos, redes funcionais, políticas, cultura, dentre tantos outros que o auxiliam na geração de valor.

Para Edvinsson e Malone (1998, apud Santos, 2007, p. 28), o capital estrutural tem o objetivo de manter e desenvolver o capital humano e que os mesmos devem se encontrar subdivididos entre três categorias:

1. Organizacional: abarca o investimento da organização em sistemas, instrumento e filosofia operacional, que traz agilidade ao fluxo de conhecimento. É a própria competência sistematizada, organizada e codificada.
2. Inovação: capacidade de renovação e aos resultados da inovação sob a forma de direitos comerciais protegidos por leis, propriedade intelectual e outros ativos e talentos intangíveis usados para criação e colocação no mercado de novos produtos e serviços.
3. Processos: processos e técnicas, como por exemplo, a ISO 9000, e programas voltados para os empregados, aumentando assim a eficiência da produção ou da prestação de serviços. Tipifica o conhecimento prático na contínua criação de valor.

Com isso, observa-se que os estudiosos da área conseguiram retratar com fidelidade o capital estrutural ao defini-lo como a infra-estrutura que dá sustentáculo ao capital humano.

2.2.2.3 Capital de Clientes

O capital de clientes, também denominado Capital Relacional, na lição de Ramlow e Beuren (2003), representa um dos ativos intangíveis mais importantes, que possuem um valor

elevado, e esse capital refere-se à relação de uma organização com seus clientes e fornecedores. Por sua vez, essa relação promove valor por meio da fidelidade, qualidade, velocidade e melhores mercados, haja vista que a relação estabelecida, deve observar a redução do custo de encontrar novos clientes.

Contudo, de igual modo, deve-se cultivar bons fornecedores, a qualidade, o just-in-time e a velocidade são aumentados, reforçando-se o alcance das metas. Para Edvinsson e Malone (1998) a marca da empresa, a sua imagem, sua reputação, são componentes do capital de clientes, pois nela estão associadas à percepção e à imagem dos fornecedores parceiros e clientes em relação à empresa.

De acordo com Stewart (1998) um cliente fiel tem valor como ativo, pois se refere aos relacionamentos contínuos entre as pessoas e organizações, para as quais a empresa vende seus produtos e serviços. Esse capital é composto por toda a carteira de clientes e o relacionamento que existe entre os clientes e a organização, com os funcionários e fornecedores.

Ainda de acordo com Stewart (1998, p. 99):

apesar de toda empresa possuir esse capital, é o mais mal administrado de todos os seus ativos intangíveis, onde muitas empresas conhecem seus clientes, mas tratam-no como adversários. Os maiores indicadores de capital de clientes são vistos em ações, índices de retenção de deserção de clientes e lucratividades por cliente, mais os relatórios financeiros da maioria das empresas não são organizados para identificá-los.

De acordo com Sveby (1998), existem três tipos de clientes: os clientes que melhoram a imagem – são os que com seus depoimentos e referências valiosos, reforçam ainda mais a imagem da organização para os outros. Os clientes que melhoram a organização – são os que exigem soluções avançadas dos problemas, assim ajudando a melhorar a estrutura interna da organização. Por fim, os clientes que aumentam a competência – são os que contribuem para projetos que desafiam, instigam a capacidade e competência dos funcionários, fomentando a sua aprendizagem.

Com isso, observa-se que é possível se verificar uma supervalorização do capital de clientes, por se entender que os clientes são os mais valiosos, levando em consideração.

Cabe frisar ainda que o capital de cliente determine a sua importância como balizador das relações da empresa com as pessoas com as quais realiza negócios, mas não se pode deixar de compreender a necessidade de estudo do capital humano para o sucesso e sustentabilidade das organizações, por esse mostrar-se interessante à composição do capital intelectual, que fornece subsídio à atuação dos demais.

2.3 Métodos de Mensuração do Capital Intelectual

Uma vez exposto o conceito do capital intelectual e a compreensão do quanto o mesmo é importante para o sucesso e sustentabilidade das organizações do mundo moderno, resta expor o que a Contabilidade tem o desafio de considerá-lo como recurso econômico, mensurável e passível de demonstração junto às demais peças contábeis produzidas, bem como de sanar as dificuldades de sua mensuração e evidenciação.

Desse modo, cabe a Contabilidade estabelecer meios para mensurar e evidenciar o capital intelectual, talvez na forma de relatórios suplementares. Mas como mensurar itens tão complexos?

Hendriksen e Van Breda (1999, p.304) explicam que, em contabilidade, “mensuração é o processo de atribuição de valores monetários significativos a objetos ou eventos associados a uma empresa, e obtidos de modo a permitir agregação ou desagregação, quando exigida em situações específicas”. Antes que a mensuração possa ser feita, lembram que é necessário selecionar um atributo específico a ser medido. Mencionam, também, que nem sempre a mensuração se dá em termos monetários, sendo que dados não monetários podem ser relevantes para certas predições e para tomada de decisões.

Na concepção de Santiago e Santiago Júnior (2007, p. 45) a idéia de mensurar o desempenho do conhecimento não é nova, mas o desafio de medir os ativos considerados como intangíveis é recente, o que apresenta pouca relação com as tradicionais métricas de desempenho utilizadas.

Vê-se na lição de Antunes (2007, p. 122-123) a mensuração do capital intelectual pode ser monetária ou não. Isto é verificado por meio dos breves comentários que serão feitos acerca de alguns dos métodos existentes que se propõem a mensurar o capital intelectual: Navegador do Capital Intelectual (Stewart), Monitor de Ativos Intangíveis (Sveiby) e Navegador Skandia (Edvinsson e Malone), dos quais destaca-se este último, tendo em vista

o pioneirismo, por parte dos idealizadores do modelo, na divulgação de relatórios contendo dados sobre o capital intelectual da empresa Skandia

2.3.1 Navegador do Capital Intelectual de Stewart

Na concepção de Stewart (1998, p.217-218), idealizador deste modelo, não se pode avaliar de maneira satisfatória o capital intelectual de uma organização através do uso de uma única medida. Desse modo, ele sugere que se mensure o capital intelectual por meio de vários indicadores relacionados ao capital humano, estrutural e do cliente, além de um valor que dê a idéia do todo. Para tanto, propõe a utilização de um gráfico radar, denominado Navegador do Capital Intelectual, que utiliza uma medida geral e três indicadores para capital humano, estrutural e de relacionamento.

Stewart (1998, p.218-219) esclarece ainda que, o gráfico radar começa com um círculo que irradia linhas de acordo com a quantidade de indicadores que se deseja avaliar. Cada uma destas linhas deve ser marcada com uma escala, que pode variar entre razões, percentuais ou valores absolutos. Normalmente, coloca-se zero no centro do gráfico, e na sua extremidade a meta que a empresa deseja alcançar. Para melhor compreensão deste modelo, apresenta-se, na Figura 1, um exemplo de navegador do capital intelectual para uma empresa imaginária.

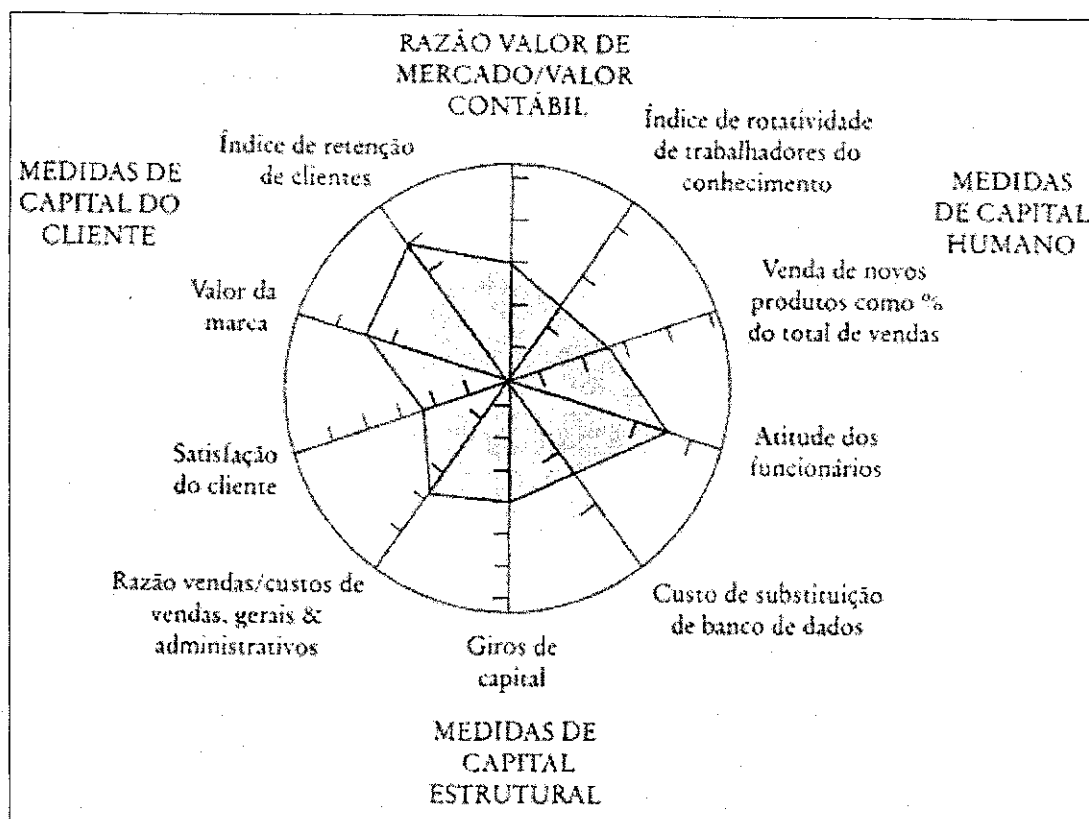


FIGURA 1 – Navegador do Capital Intelectual – Proposto por Stewart
Fonte: Adaptado de Stewart (1998, p.219).

Na visão de Stewart (1998, p. 219), esse modelo apresenta dentre outras, a grande vantagem de ser dotado do atributo da flexibilidade, posto que a utilização de apenas três indicadores para cada uma das medidas apresentadas demonstra que para obter informações importantes, deve-se manter a simplicidade, avaliar o que é estrategicamente importante e avaliar atividades que produzem riqueza intelectual.

Esta flexibilidade permite inferir que as organizações devem escolher os indicadores de acordo com seus objetivos e estratégias, mantendo a simplicidade necessária ao modelo. Caso estes indicadores sejam econômico-financeiros, tem-se a contabilidade como principal fornecedora de informações. Ainda, se não forem indicadores econômico-financeiros, mas estiverem relacionados ao capital humano, há grande probabilidade de, novamente, a contabilidade contribuir com as informações dispostas no Balanço Social.

Na lição de Santiago e Santiago Júnior (2007, p. 91), a grande vantagem do método idealizado por Stewart reside no fato de possibilitar uma fácil visualização, tornando assim, mais eficiente o acompanhamento da evolução da empresa.

Em face do exposto, pode-se afirmar que o método permite que cada organização, respeitando sua individualidade e objetivos avalie quais indicadores refletirão de maneira mais adequada a real evolução do Capital Intelectual.

A contribuição da contabilidade ao Navegador do Capital Intelectual, com índices econômico-financeiros e relacionados ao capital humano, também é verificada no Modelo de Sveiby, como pode ser visto a seguir.

2.3.2 Monitor de Ativos Intangíveis de Sveiby

O modelo de mensuração em análise defendido por Sveiby (1998, p.197) considera um conjunto de indicadores, distribuídos sob três perspectivas: estrutura externa, interna e competências individuais. Para cada uma destas perspectivas, sugere que sejam avaliados alguns indicadores relacionados ao crescimento e renovação, eficiência e estabilidade.

De acordo com o que expõe Santiago e Santiago Júnior (2007, p.102) este método divide os ativos intangíveis em três categorias:

- a) Competência do funcionário – envolvendo a capacidade de desenvolver ações que possibilitem gerar ativos tangíveis e intangíveis.
- b) Estrutura interna – incluindo patentes, conceitos, sistemas administrativos e de informática criado pelos próprios colaboradores ou adquiridos via mercado.
- c) Estrutura externa – formada pelas relações com clientes e fornecedores, marcas, reputação e imagem da empresa.

Sveiby (1998, p.197) menciona, também, que a utilidade da apresentação dos indicadores destas três perspectivas, num modelo que chama de Monitor de Ativos Intangíveis, por se tratar de um formato de apresentação que exhibe de forma simples os indicadores relevantes, escolhidos de acordo com a estratégia da empresa, conforme apresentado na Figura 2.

Ativos Intangíveis		
Estrutura Externa	Estrutura Interna	Competência das Pessoas
Crescimento /Renovação	Crescimento/Renovação	Crescimento/Renovação
Crescimento Orgânico do volume de vendas. Aumento da participação de mercado.	Investimento em tecnologia da informação. Parcela de tempo dedicado às atividades internas de P&D. Índice de atitude do pessoal em relação aos gerentes, à cultura e aos clientes.	Parcela de vendas geradas por clientes que aumentam a competência. Aumento da experiência média profissional. (número de anos). Rotatividade de competência.
Ciência	Eficiência	Eficiência
Lucro por cliente. Vendas por profissional	Proporção de pessoal de suporte. Vendas por funcionário de suporte.	Mudança no valor agregado por profissional. Mudança na proporção de profissionais.
Estabilidade	Estabilidade	Estabilidade
Freqüência da repetição de pedidos. Estrutura etária.	Idade da organização. Taxa de novatos.	Taxa de rotatividade de profissionais.

QUADRO 1 – Monitor de Ativos Intangíveis
Fonte: Adaptado de Sveiby (1998, p.238).

O Monitor de Ativos Intangíveis é simples e de fácil visualização. A propósito, Sveiby (1998, p.234-237) recomenda que o monitor não ultrapasse uma página, mas seja acompanhado por diversos comentários. Para analisá-lo é importante realizar comparações com outra empresa, com o ano anterior ou a um orçamento, por exemplo.

De maneira bem sucinta esses indicadores revelam o crescimento, renovação, eficiência, utilização e estabilidade dos elementos intangíveis da organização.

Cabe mencionar, ainda, que apesar de fornecer fácil interpretação a escolha dos indicadores se mostra um tanto complexa, sem apresentar enfoque financeiro.

2.3.3 Modelo de mensuração Skandya

Também conhecido por Navegador de Edvinsson e Malone ou Navegador Skandya, este foi o primeiro modelo de mensuração de capital intelectual elaborado pelo grupo Skandia (Edvinsson e Malone, 1998), desenvolvido para uma companhia de seguros e serviços financeiros da Escandinávia, em 1991, pelo próprio Leif Edvinsson e por um grupo de especialistas nas áreas financeira e contábil.

Antunes (2007, p.91) menciona que nos últimos anos, a Skandia – grande empresa sueca do mercado de seguros e serviços financeiros – vem despertando o interesse acadêmico, empresarial e da mídia, por ter sido o primeiro grupo a divulgar um relatório contendo dados sobre o capital intelectual de suas unidades, como um suplemento das Demonstrações Contábeis de 1994. Nesta época, Leif Edvinsson era diretor corporativo de Capital Intelectual da organização.

O modelo, denominado Navegador Skandia, contém certos valores de sucesso, identificados pela equipe da empresa, que deveriam ser maximizados e incorporados à estratégia organizacional. Antunes (2007, p.97) explica que estes fatores foram agrupados em cinco áreas distintas de foco: financeiro, de clientes, de processo, de renovação e desenvolvimento e humano, que são representadas no Navegador Skandia na forma evidenciada na Figura 3.

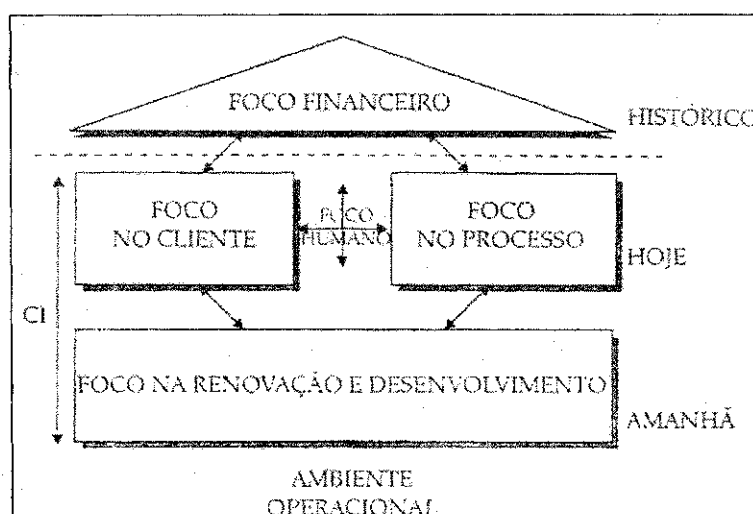


FIGURA 2 – Navegador Skandia
Fonte: Adaptado de Edvinsson e Malone (1998, p.60).

Edvinsson e Malone (1998, p.60-61) explicam que cada foco apresentado no modelo representa as áreas nas quais uma empresa focaliza sua atenção, e de onde provém o valor de seu capital intelectual.

Explicam, ainda, que o formato do navegador similar ao de uma casa trata-se de uma metáfora, eleita pela Skandia, para a própria organização. O triângulo representa o sótão, constituído pelo foco financeiro, representando o passado da empresa por meio das Demonstrações Contábeis. O foco no cliente e no processo consistem no presente. A base do retângulo é voltada para o futuro, representada pelo foco na renovação e desenvolvimento. Por fim, o foco humano encontra-se no centro da casa, pois constitui o coração, a inteligência e a alma da organização, ou seja, a única força ativa da organização, de acordo com a concepção dos autores.

Na lição de Santiago e Santiago Júnior (2007, p. 94) esse modelo desponta como um dos mais conhecidos para mensuração de ativos do conhecimento, sendo que a partir do seu desenvolvimento a organização pôde mensurar de forma clara o Capital Intelectual.

Com o objetivo de criar uma equação que traduzisse em número o valor do Capital Intelectual, Edvinsson e Malone (1998, p.166) estabeleceram os seguintes passos:

- a) definir um conjunto básico de índices que possa ser aplicado a toda sociedade com um mínimo de adaptação;
- b) obter aprovação para esse conjunto básico de índices reconhecendo que cada organização pode ter um Capital Intelectual adicional que necessite ser avaliado por outros índices; e
- c) estabelecer uma variável que capte a não tão-perfeita previsibilidade do futuro, dos equipamentos, das organizações e das pessoas que nela trabalham.

Chegando-se, assim, na seguinte fórmula:

$$\text{Capital Intelectual} = iC$$

Em que:

i = coeficiente de eficiência

C = valor monetário do capital intelectual

Edvinsson e Malone (1998, p.172) explicam que C é uma medida absoluta que representa o valor do Capital Intelectual da organização. É obtido de uma lista, apresentada no Quadro 1, que contém os indicadores mais representativos de cada foco, mensurados monetariamente.

QUADRO 1
Indicadores da Mensuração Absoluta do Capital Intelectual (C)

Receitas resultantes da atuação em novos negócios.
Investimento no desenvolvimento de novos mercados.
Investimento no desenvolvimento do setor industrial.
Investimento no desenvolvimento de novos canais.
Investimento em Tecnologia da Informação (TI) aplicada a vendas, serviço e suporte.
Investimento em TI aplicada à administração.
Novos equipamentos de TI.
Investimento no suporte aos clientes.
Investimento no serviço aos clientes.
Investimento no treinamento de clientes.
Despesas com clientes não relacionadas ao produto.
Investimento no desenvolvimento da competência dos empregados.
Investimento em suporte e treinamento relativo a novos produtos para os empregados.
Treinamento especialmente direcionado aos empregados que não trabalham nas instalações da empresa.
Investimento em treinamento, comunicação e suporte direcionados aos empregados permanentes em período integral.
Programas de treinamento e suporte especialmente direcionados aos empregados temporários de período integral.
Programas de treinamento e suporte especialmente direcionados aos empregados temporários de tempo parcial.
Investimento no desenvolvimento de parcerias/ <i>joint-ventures</i> .
<i>upgrades</i> no sistema.
Investimento na identificação da marca (logotipo/nome).
Investimento em novas patentes e direitos autorais.

Fonte: Edvinsson e Malone (1998, p.173-174).

Edvinsson e Malone (1998, p.174-175) mencionam que C enfatiza o compromisso de uma empresa em relação ao futuro, ao passo que *i* alicerça esse compromisso no desempenho atual. Antunes (2007, p.117) explica que *i* é obtido através dos indicadores mais representativos de cada foco, expressos em porcentagens, quocientes e índices. Os mais abrangentes são mostrados no Quadro 2.

QUADRO 2
Índice do Coeficiente de Eficiência (*i*) do Capital Intelectual

Participação de mercado (%).
Índice de satisfação dos clientes (%).
Índice de liderança (%).
Índice de motivação (%).
Índice de investimento em pesquisa & desenvolvimento em relação ao investimento total (%).
Índice de horas de treinamento (%).
Desempenho/meta de qualidade (%).
Retenção dos empregados (%).
Eficiência administrativa dividida pelas receitas (%).

Fonte: Edvinsson e Malone (1998, p. 175).

Dividindo-se a soma destes índices por nove (total de indicadores), tem-se a média aritmética dos índices. Então, multiplicando-se esta média por C (valor monetário do capital intelectual) chega-se à avaliação global do capital intelectual, por meio de um número. À primeira vista, parece algo bem objetivo, mas, conforme observa Antunes (2007, p.118), dada a própria natureza de alguns índices, há um certo grau de subjetividade.

De qualquer forma, esta é uma metodologia que se destaca entre as demais, tendo em vista a abrangência dos indicadores utilizados, organizados sob o foco financeiro, humano, do cliente, do processo, e da renovação e desenvolvimento.

Constata-se que em todos os modelos considerados, a contabilidade mensura diversos aspectos necessários à plena utilização de cada metodologia, como exemplo, os indicadores econômico-financeiros, aqueles relacionados ao capital humano, dentre vários outros.

Resta evidente que a mensuração do capital intelectual pela contabilidade pode ocorrer com o emprego de alguns dos modelos de mensuração existentes. E, uma vez mensurado, a evidenciação do capital intelectual pode ser realizada em relatórios suplementares.

2.4 Evidenciação Contábil

Em virtude da mutabilidade e dinamismo do mercado de capitais no mundo, observa-se que o processo de divulgação das informações sobre o gerenciamento das empresas, voltado aos usuários externos, constitui fator preponderante para a sobrevivência das mesmas. Conforme afirma Falcão (1995, p.1), a observância de critérios de qualidade e quantidade na divulgação das informações contábeis ao longo dos anos, prestando-as de maneira coerente e uniforme para o mercado, além propiciar credibilidade aos gestores junto ao mercado de capitais, e proporcionando oportunidades iguais aos usuários da informação contábil.

A Contabilidade, enquanto ciência social tem buscado adaptar-se à evolução do crescimento das empresas e as exigências de seus usuários internos e externos. Em face desse contexto e do desafio da contabilidade em gerar informações de qualidade e quantidade satisfatórias, Beuren (1998, p. 43) afirma que "o desafio maior da informação é o de habilitar os gestores a alcançar os objetivos propostos para a organização, por meio do uso eficiente dos recursos disponíveis."

Acerca da crescente relação entre informação contábil e mercado de capitais, Gonçalves e Ott (2003), afirmaram que a Contabilidade vem enfrentando desafios no sentido de que, deve cada vez mais fornecer informações diferenciadas voltadas, aos mais diversos tipos de usuários, de forma clara, objetiva e com qualidade.

Ponte e Oliveira (2007) destacam que as informações divulgadas nas demonstrações contábeis tradicionais parecem não mais atender às necessidades dos usuários, tornando-se indispensável à evidenciação de informações suplementares através de instrumentos auxiliares, como quadros suplementares, demonstrações não obrigatórias, notas explicativas, relatórios da administração, dentre outros.

O CFC (Conselho Federal de Contabilidade), por meio da promulgação da Resolução nº. 774, de 16.12.1994, item 1.4, define o objetivo da contabilidade da seguinte forma:

[...] prover os usuários com informações sobre aspectos de natureza econômica, financeira e física do Patrimônio da Entidade e suas mutações, o que compreende registros, demonstrações, análises, diagnósticos e prognósticos, expressos sob a forma de relatos, pareceres, tabelas, planilhas, e outros meios.

Em face disso, pode-se afirmar que a Contabilidade, além de gerar informações úteis, permite construir modelos de divulgação dessas informações, com vistas a explicar os fenômenos patrimoniais, de modo que os seus usuários possam efetuar análises e tirar conclusões sobre as mutações ocorridas.

Desse modo, deduz-se que o principal objetivo das informações contábeis, é subsidiar com qualidade e precisão os gestores, investidores, credores, dentre outros usuários, em suas decisões de negócios referentes a determinado empreendimento.

Assim, infere-se que a evidenciação das informações contábeis se identifica com os próprios objetivos da contabilidade, tendo em vista que esta se utiliza da evidenciação dessas informações para proporcionar aos usuários o conhecimento da real situação patrimonial e financeira da entidade, de forma a subsidiar um adequado processo de tomada de decisões.

Por sua vez, o vocábulo evidenciação é utilizado na contabilidade de forma ampla. Aquino e Santana (1992, p. 1) afirmam que "evidenciação significa divulgação com clareza, divulgação em que se compreende de imediato o que está sendo comunicado".

No entanto, a simples definição da palavra não é capaz de dar a sua amplitude para a contabilidade, até porque existem autores, como Hendriksen e Breda (1999, p. 512), que preferem utilizar a terminologia divulgação à evidenciação, conceituando àquela como sendo a “veiculação de informação financeira a respeito de uma empresa dentro de um relatório financeiro, geralmente o relatório anual.”

Diante disso, convém salientar que a distinção é meramente terminológica, e que ambas as expressões têm o mesmo sentido para a Contabilidade. Falcão (1995, p. 1) ressalta que a evidenciação pode ser entendida como:

(...) o meio pelo qual os diversos usuários das demonstrações financeiras (clientes, fornecedores, empregados, governos, analistas, etc.), obtêm conhecimento do atual estágio de um determinado empreendimento econômico, tanto em termos de situação patrimonial e financeira, como de lucratividade e aplicações dos recursos disponíveis, tomando por base um período estabelecido.

Em sentido amplo, Dantas, Zendersky e Niyama (2004, p. 61), compreendem a questão da evidenciação da seguinte forma:

não significa apenas divulgar, mas divulgar com qualidade, oportunidade e clareza. Nesse sentido, para alcançar a transparência pretendida com o disclosure, a instituição deve divulgar informações qualitativas e quantitativas que possibilitem aos usuários formar uma compreensão das atividades desenvolvidas e dos seus riscos, observando aspectos de tempestividade, detalhamento e relevância necessários.

Ainda em sua ampla concepção, conforme Vasconcelos e Viana (2002, p.23), a evidenciação “pressupõe plenitude, equilíbrio, justiça e adequação, uma vez que estes são atributos da informação”. Acrescentam que, “a evidenciação é tão-somente a face da informação que o usuário percebe”.

De acordo com a FIPECAFI (2000, p. 43), “as empresas precisam dar ênfase à evidenciação de todas as informações que permitem a avaliação da sua situação patrimonial e mutações desse patrimônio e, além disso, que possibilitem a realização de inferências perante o futuro.”

Quinteiro (2004 apud Gallon, 2004, p. 29), afirma que, "a evidenciação de informações contábeis relevantes reduz a assimetria de informações no mercado e, conseqüentemente, o risco de os investidores cometerem erros em suas decisões, aumentando a atração de capitais". Diante disso, Oliveira (1998, p.16) ressalta que "o conhecimento é fator primordial para que se possa tomar alguma decisão. Esse conhecimento se dá através de informações e da forma pela qual elas são evidenciadas."

Tudo isso acentua a importância da transparência exigida pelo mercado de capitais, posto que quanto mais informações de qualidade forem oferecidas, maior a segurança para os investidores, cujas decisões são tomadas de acordo com as informações disponibilizadas pela empresa acerca no mercado financeiro.

Apesar da necessidade e importância da evidenciação dessas informações, não é algo que se faça de maneira aleatória, é preciso que sejam respeitados certos padrões no tocante à quantidade de informações e ao nível de divulgação, tema que será abordado seqüencialmente.

2.4.1 Nível de divulgação

De acordo com Hendriksen e Van Breda(1999, p. 515), " a quantidade de informação a ser divulgada depende, em parte, da sofisticação do leitor que a recebe [...] o nível de divulgação também depende do padrão considerado mais desejável", e apontam ainda que uma divulgação adequada, justa e completa representam conceitos de divulgação padrão, geralmente propostos e aceitos.

Para Hendriksen e Van Breda (1999, p. 515):

A mais comumente utilizada dessas expressões é divulgação adequada, mas isso pressupõe um volume mínimo de divulgação compatível com o objetivo negativo de evitar que as demonstrações sejam enganadoras [...] Divulgação justa e divulgação completa são conceitos mais positivos. A divulgação justa subentende um objetivo ético de tratamento equitativo de todos os leitores em potencial. Divulgação completa pressupõe a apresentação de toda informação relevante. Para alguns, divulgação completa significa a apresentação de informação supérflua, sendo, portanto, inadequada.

No mesmo sentido, afirma Ludicibus (2000, p. 117):

[...] toda informação para o usuário precisa ser, ao mesmo tempo, adequada, justa e plena, pelo menos no que se refere ao detalhe que está sendo evidenciado. Afinal, o sentido da evidenciação é que a informação que não for relevante deve ser omitida.

Diante disso, compreende-se que a informação excessiva acaba por tornar-se prejudicial, uma vez que a apresentação de detalhes de menor importância pode ocultar informações relevantes e dificultar a interpretação dos relatórios contábeis.

Hendriksen e Van Breda apontam (1999), que não existe, na verdade, diferença entre os conceitos de divulgação adequada, justa e completa, caso os mesmos sejam utilizados de forma apropriada. O que se busca com ambos os conceitos, volta-se ao fornecimento de informações relevantes aos usuários de demonstrações financeiras para ajudá-los a tomar decisões adequadas.

Ainda na lição de Hendriksen e Van Breda (1999), o nível de divulgação de uma empresa acaba por depender indiretamente do nível de evidenciação disponível em outras fontes, demonstrando que em muitos países desenvolvidos, que contam com um sistema bastante sofisticado de informações financeiras, os investidores dependem cada vez menos das informações disponibilizadas unicamente pelas empresas.

Ao passo que em países menores, em que o mercado de capitais não é tão ativo, os investidores dependem muito mais da empresa quanto à obtenção de notícias, e segundo Hendriksen e Van Breda (1999, p. 515) "a questão não é tanto o que divulgar, mas qual a maneira mais eficiente de divulgar".

A informação funciona então como um fator importante no mercado, no entanto, não é qualquer informação que se apresenta como útil e relevante, é preciso que o nível de evidenciação delas respeite o perfil dos seus potenciais usuários. O que incorre na necessidade de se verificar quais as circunstâncias de espaço e tempo, bem como a qualidade e quantidade da informação que o investidor precisa captar.

O destinatário da informação deve então ser o foco principal quando da elaboração das demonstrações contábeis, afinal o sentido da evidenciação é fornecer informações que proporcionem segurança e conhecimento suficiente aos investidores que atuam no

mercado, e que as informações que não forem relevantes devem ser suprimidas e fim de tornar os demonstrativos enxutos.

2.4.2 Informações qualitativas e quantitativas

Conforme tem sido mencionado no decorrer desse trabalho, a principal importância das informações financeiras consiste na segurança que proporcionam aos investidores e credores, servindo de modelo a subsidiar suas decisões. Com isso, é importante que sejam feitos alguns comentários acerca das características dessas informações.

Rodrigues, Silveira e Silveira (2004, p. 04, apud Gallon, 2004, p. 32) comentam que “as informações contábeis disponibilizadas no Brasil estão centradas essencialmente com atenção nas informações quantitativas e não qualitativas”.

Por sua vez, Quinteiro (2004, p.03, apud Gallon, 2004, p. 32) argumenta que:

percebe-se que a evidenciação está ligada ao atendimento dos objetivos qualitativos da informação contábil, como compreensibilidade, relevância/materialidade, confiabilidade e comparabilidade, permeando todo o sistema da contabilidade, confundindo-se com os próprios objetivos da ciência contábil.

Normalmente, as informações de natureza quantitativa, por não envolverem julgamentos subjetivos e serem mais precisas, acabam por serem aceitas mais facilmente no processo de avaliação. No entanto, não se pode ignorar a relevância de alguns itens qualitativos que na maioria das vezes decorrerem de alguma ligação direta e/ou indireta com os quantitativos.

Beuren (1998, p. 29) destaca que “faz-se necessário, muitas vezes, adotar outros métodos (qualitativos em vez de quantitativos), a fim de comparar os custos que são incorridos para gerar uma informação e os supostos benefícios que a mesma apresentará.”

Vasconcelos e Viana (2002, p.28) advertem que:

atualmente, a informação é tratada como mais um recurso que a empresa disponibiliza e, sendo assim, deve ser tratada como um investimento e não como despesa, pois seus benefícios somente se converterão ao longo do tempo e não a curto prazo.

Para Ludícibus (2006), a relação existente entre às características da informação, sejam elas qualitativas ou quantitativas disponibilizadas aos usuários devem ser ao mesmo tempo, adequadas, justas e plenas, pelo menos no que se refere ao assunto que está sendo evidenciado.

Por sua vez, faz-se necessário proceder com certa ponderação em que se deve observar o conteúdo das informações qualitativas, tendo em vista as suas dificuldades de avaliação, haja vista que segundo Ludícibus (2006, p. 125), a mesma “envolve vários julgamentos extremamente subjetivos”.

Ainda de acordo com Ludícibus (2006, p.125):

É muito difícil estabelecer o “ponto de corte” em que uma consideração não quantificável deixa de ser importante no processo decisório de forma que justifique a omissão da evidenciação. Normalmente, a relevância de alguns itens qualitativos emerge de seu relacionamento direto com os quantitativos. Se uma parte do imobilizado, por exemplo, foi penhorada em garantia de empréstimos, este penhor (ou hipoteca) deve ser evidenciado se o valor do imobilizado ao qual se refere for relevante; caso contrário, não deveria ser evidenciado. Entretanto, note o perigo de confundirmos, novamente, relevância com desprezo pelo detalhe: a penhora anual, progressiva, de uma pequena parte do imobilizado pode levar a uma situação não favorável para a entidade.

Diante disso, observa-se que antes de se evidenciar uma informação de natureza não quantificável, ou seja, certa informação qualitativa faz-se necessário avaliar, embora seja difícil, se esta informação irá contribuir de forma positiva na análise dos processos contábeis, de forma a auxiliar no processo de tomada de decisão.

2.4.3 Evidenciação voluntária e compulsória

Em razão de acontecimentos e modificações constantes no ambiente empresarial, a evidenciação de informações pelas empresas através de seus relatórios financeiros tem sido mais enfatizada nos últimos anos, na qual Quinteiro (2004, p.6, apud Gallon, 2004, p. 35) ressalta que:

Considerando a tendência à proteção da informação, os órgãos de regulamentação e os órgãos de classe profissionais surgem como personagens importantes no processo de divulgação de informações, criando padrões mínimos que garantam um adequado nível de informação aos usuários.

Estudos realizados por Mafra e Ness Jr (2002), sobre os relatórios da administração e demonstrações contábeis de 100 companhias abertas brasileiras, apontam que para a consecução de padrões satisfatórios, as empresas não devem restringir-se, em sua divulgação, apenas ao fornecimento das informações requeridas pela legislação, transmitindo também informações que, mesmo não sendo compulsórias, possam vir a colaborar para que o público interessado possa ter uma visão correta sobre a realidade da empresa.

De acordo com Teixeira, Fortunato e Aquino (2004, p. 13, apud Gallon, 2004, p. 35), “esse processo de manter uma boa comunicação com o mercado eleva a qualidade do mercado de capitais e o benefício adquirido seria sentido por todos os agentes da cadeia de informação”.

Na visão de Carvalho, Trapp e Chan (2004), em face dos escândalos envolvendo grandes empresas de auditoria, tornou-se menos sólido o relacionamento entre os investidores e as empresas, dando lugar à desconfiança e, conseqüentemente, elevando a demanda por mais informações relevantes, o que aumenta ainda mais a importância da transparência das demonstrações contábeis.

Atualmente observa-se que para suprir essa demanda os órgãos de regulamentação têm empreendido esforços no sentido de determinar que tipos de informações, devem ser evidenciadas pelas companhias abertas. O FASB como órgão normatizador da Contabilidade nos Estados Unidos, tem discutido o princípio em vigor do *full disclosure*, que de acordo com Falcão (1995, p. 6), “tem como premissa básica a divulgação nas demonstrações financeiras de quaisquer eventos suficientemente significativos para influir no julgamento de um usuário.”

O princípio acima mencionado, segundo Gallon (2004, p. 36) é questionado uma vez que se pressupõe que a evidenciação intensamente detalhada e em grande quantidade poderia atrapalhar, pois aumentaria o grau de dificuldade de compreensão dos usuários externos por não conseguirem absorver e compreender informações em excesso. De acordo com Falcão (1995, p. 7), nos últimos 10 anos, o número médio de páginas de notas explicativas, numa amostra de dez entre as maiores empresas norte-americanas, passou de 2,5 para 8,5, enquanto as demais demonstrações contábeis atingiram 17 páginas em média, contra 7 anteriormente.

O fato é que a divulgação compulsória e a divulgação espontânea complementam-se para atender as necessidades dos usuários e do mercado. Nesse sentido, Goulart (2003, p. 59, apud Gallon, 2004, p. 36) esclarece que “estariam às empresas pautando sua divulgação não somente pela legalidade, mas também por princípios éticos de transparência e equidade no atendimento às demandas dos diferentes usuários da informação.”

Por sua vez, algumas pesquisas como a realizada por Beuren (1991) foram desenvolvidas no sentido de se conhecer a prática da evidenciação pelas empresas, seja ela dada de forma voluntária ou compulsória, ante as tendências atuais sobre o assunto.

Os resultados do estudo realizado por Beuren (1991, p. 70-71) observam-se que:

o nível de divulgação de informações voluntárias de empresas industriais brasileiras, que tem suas ações negociadas em bolsas de valores, não é elevado, mas aumentou substancialmente no ano de 1987 em relação ao período 1984-1986.

Em pesquisa realizada por Mafra e Ness Jr. (2002, p. 12), sobre o Relatório da Administração e respectivas demonstrações financeiras do ano de 1998, de 100 companhias abertas brasileiras, os autores concluíram que esses relatórios destinam-se quase que totalmente ao mero cumprimento de uma formalidade legal, e que os relatórios da administração das companhias abertas brasileiras ainda têm um longo caminho a trilhar, até ser considerado importante elemento de divulgação voluntária das empresas.

No estudo realizado por Ponte e Oliveira (2007, p. 61), em que foram analisadas 95 demonstrações contábeis de sociedades anônimas relativas ao exercício social encerrado em 31/12/02, constatou-se que os resultados:

demonstraram que as empresas brasileiras em geral ainda têm muito a evoluir no sentido da transparência e qualidade da divulgação das informações contábeis.” Ressaltam os referidos autores que “algumas empresas já reconhecem a importância da apresentação de informações não exigidas pela legislação nas suas demonstrações contábeis como um diferencial competitivo.

Os resultados das pesquisas ora mencionadas conduzem a conclusão de que as empresas, acabam por reconhecerem as repercussões favoráveis provenientes da boa evidenciação e estão pouco a pouco aperfeiçoando a qualidade das informações contábeis e financeiras. Porém, apesar das evidências apontadas por vários estudos no sentido de que uma boa evidenciação financeira atua de forma positiva na eficiência e no desenvolvimento do mercado de capitais, percebe-se certa relutância por parte das empresas em aumentar o grau de evidenciação, uma vez que muitas informações importantes não são obrigatórias.

Hendriksen e Van Breda (1999, p. 517) mencionam que “as evidências mostram que as empresas relutam em aumentar o grau de divulgação financeira sem que haja pressão para isso proveniente da comunidade contábil ou do poder público”.

Entre os motivos para que isso ocorra, ou seja, para que as empresas relutem em divulgar de maneira mais profunda suas informações, Hendriksen e Van Breda (1999, p. 517) citam:

- a) a divulgação ajudará os concorrentes em prejuízo dos acionistas. Esse argumento, entretanto, não tem muito mérito, pois os concorrentes geralmente obtêm sua informação de outras fontes;
- b) a divulgação integral de informação financeira dá aos sindicatos uma vantagem quando da negociação de salários;
- c) os investidores não são capazes de compreender as políticas e os procedimentos contábeis e a divulgação completa apenas confundirá, em lugar de esclarecer;
- d) pode haver outras fontes de informação financeira disponíveis para proporcioná-la a um custo mais baixo do que se fosse fornecida pela empresa em suas demonstrações financeiras; e
- e) a falta de conhecimento das necessidades dos investidores também é apresentada como motivo para limitar a divulgação.

Contudo, mesmo diante desses possíveis motivos que possam estimular a relutância em evidenciar, não se deve desprezar a relação custo *versus* benefício da informação, de modo que essa questão não impeça que o usuário tenha acesso às informações úteis ao processo decisório.

2.4.4 Métodos de Evidenciação

A divulgação de informações envolve todo um processo de contabilidade financeira, assim, há uma diversidade de métodos distintos de divulgação disponíveis. A escolha do melhor método de divulgação, em cada caso, depende da natureza e importância da informação. Na concepção de Hendriksen e Van Breda (1999, p. 524), os métodos mais comuns de divulgação são:

- 1 Formato e disposição das demonstrações formais.
- 2 Terminologia e apresentações detalhadas.
- 3 Informação entre parênteses.
- 4 Notas Explicativas.
- 5 Demonstrações e quadros complementares.
- 6 Comentários no parecer de auditoria.
- 7 Carta do presidente do Conselho de Administração.

Não reduzindo a importância dos demais métodos de evidenciação elencados nesse rol, convém tratar por ocasião do presente estudo, das notas explicativas, e dos relatórios da administração, isso porque, a partir da análise dos instrumentos divulgados pela NATURA COSMÉTICOS S/A que se desenvolveu o estudo do presente trabalho.

2.4.4.1 Notas Explicativas

Pode-se afirmar que, como resultado de um importante aprimoramento no processo de divulgação, as Notas Explicativas constituem-se em informações complementares necessárias para o esclarecimento das demonstrações contábeis publicadas pelas empresas. Como parte integrante dessas demonstrações, as notas explicativas representam uma peça importante, no que diz respeito à transparência das operações, dos resultados e da situação econômico-financeira de uma instituição.

De acordo com os ensinamentos de Hendriksen e Van Breda (1999, p. 525):

o objetivo de emprego de notas explicativas em demonstrações financeiras deve ser o fornecimento de informação que não pode ser apresentada adequadamente no corpo de uma demonstração sem reduzir a clareza da demonstração [...] Notas explicativas não devem ser usadas como substituto de classificação, avaliação e descrição apropriadas nas demonstrações, tampouco devem contradizer ou repetir informações já contidas nas demonstrações.

O posicionamento dos autores se mostra claro, apesar do método de evidenciação precisar ser cuidadoso para não se dar ênfase excessiva à nota explicativa e comprometer o entendimento acerca das informações apresentadas nas demonstrações.

Hendriksen e Van Breda (1999, p. 525) afirma ainda que as notas explicativas possuem como vantagens, a possibilidade de:

- 1 Apresentar informação não quantitativa como parte do relatório financeiro.
- 2 Divulgar ressalvas e restrições a itens contidos nas demonstrações.
- 3 Apresentar mais detalhes do que é possível nas demonstrações.
- 4 Apresentar material quantitativo ou descritivo de importância secundária.

Após apontar aquelas que seriam as vantagens das notas explicativas, Hendriksen e Van Breda (1999, p. 525), elencam o que dentre as desvantagens das notas explicativas, observa-se que as mesmas:

- 1 Tendem a ser de difícil leitura e entendimento sem estudo considerável e, portanto, podem vir a ser ignoradas.
- 2 As descrições textuais são mais difíceis em termos de utilização para a tomada de decisões do que resumo de dados quantitativos nas demonstrações.
- 3 Por causa da crescente complexidade das empresas, há o risco de abuso de notas explicativas, em lugar do desenvolvimento apropriado de princípios visando à incorporação de novas relações e novos eventos nas demonstrações propriamente ditas.

Mesmo apresentando algumas desvantagens, o fato é que dentre os diversos métodos por meio dos quais os administradores das empresas podem divulgar informação aos usuários,

as notas explicativas funcionam como elementos-chaves nesse processo. Tanto que, na realidade brasileira esses elementos junto com o relatório da administração representam componentes de divulgação obrigatórios de acordo com o § 4º do art. 176 e inciso I do art. 133 da Lei 6.404/76.

Vale ressaltar que, recentemente, a Lei de Sociedades Anônimas acima mencionada, sofreu consideráveis alterações promovidas pela Lei 11638/2007, que trouxe inovações em vários aspectos, sendo cabível observar aqui aquelas que dizem respeito às demonstrações financeiras, posteriormente, em momento oportuno, tratar-se-á das alterações concernentes aos ativos intangíveis.

A lei em comento modificou a redação do art. 176 da Lei 6404/76, que versa sobre as demonstrações financeiras, sem, no entanto, realizar nenhuma modificação direta acerca das Notas Explicativas e Relatórios da Administração, razão pela qual não convém aqui tecer maiores comentários à respeito, somente à título de informação ressalte-se que, segundo Oliveira (2007, p. 1), a alteração mais relevante desse artigo foi o fim da exigência de obrigatoriedade das Demonstração das Origens e Aplicações de Recursos- DOAR, passando a ser demonstração facultativa para as companhias, exigindo-se em seu lugar a Demonstração de Fluxos de Caixa – DFC (art. 176, IV), cuja obrigatoriedade não incide sobre a companhia fechada que na data do balanço possuía patrimônio líquido inferior a R\$ 2.000.000 (dois milhões de reais).

Dalmácio e Paulo (2004, p. 2) ressaltam que “apenas o Relatório da Administração e as Notas Explicativas permitem uma maior evidenciação da situação social, da política da empresa e a possibilidade de inclusão de alguns indicadores econômico-financeiros.”

Nesse contexto, depreende-se que as notas explicativas são úteis aos usuários das informações contábeis, haja vista que as mesmas devem evidenciar as informações que não podem ser apresentadas no corpo das demonstrações contábeis sob pena de prejudicar a sua clareza.

2.4.4.2 Relatório da Administração

Embora não tenha sido citado por Hendriksen e Van Breda (1999), na relação dos métodos de evidenciação mais comumente utilizados, mencionados anteriormente, não se pode

negar a importância dos relatórios da administração que, segundo a FIPECAFI (2000, p. 398):

representa um necessário e importante complemento às demonstrações contábeis publicadas por uma empresa, em termos de permitir o fornecimento de dados e informações adicionais que sejam úteis aos usuários em seu julgamento e processo de tomada de decisões.

Como a pesquisa que se propõe realizar neste trabalho toma por base as notas explicativas e os relatórios da administração para averiguar o nível de evidenciação do capital intelectual na empresa NATURA, necessária se faz uma análise mais apurada do relatório da administração, observando-se o mesmo tratamento dado as notas explicativas.

O relatório da administração no Brasil é exigido pela Lei nº. 6.404/76, Lei das Sociedades Anônimas. No entanto, para as companhias abertas, a CVM é responsável pela orientação dos procedimentos a serem adotados na sua divulgação.

Dentre o conjunto de informações que devem ser divulgados na prestação de contas das companhias abertas, previsto no art. 133 da Lei nº 6.404/76, está o relatório da administração, que de acordo com Ludícibus (2006, p. 128), “engloba normalmente informações de caráter não financeiro que afetam a operação da empresa”.

Para Ludícibus e Marion (1999, p. 75), “após a identificação da empresa, na publicação das Demonstrações Financeiras, destaca-se, em primeiro plano, o Relatório da Administração, em que a diretoria dará ênfase às informações normalmente de caráter não financeiro (não monetário).”

Ludícibus (2006) ressalta que essas informações de caráter não financeiro seriam mais expressivas caso não fossem marcadas freqüentemente por um excesso de otimismo e incoerência.

Nos relatórios da administração devem ser evidenciadas informações adicionais, como fito de complementar as demonstrações contábeis de uma empresa, para o processo de tomada de decisões, que de acordo com Rodrigues, Silveira e Silveira (2004, p. 7 apud Gallon, 2004, p. 41), representam:

um complemento às demonstrações financeiras, pois fornece de forma descritiva dados e informações adicionais, que podem ser úteis aos usuários em seu julgamento e, por ser menos técnico, pode atender a uma maior gama de usuários.

A grande vantagem do relatório da administração se dá em virtude da linguagem utilizada, que elimina o emprego de termos técnicos e assim possibilitar uma maior compreensão por parte de uma gama maior de usuários, que de acordo com Beuren et al. (2001, p. 5) “o relatório da administração por apresentar-se de modo descritivo e não de uma forma técnica, como ocorre nos outros relatórios, possibilita o entendimento para um maior número de usuários, pois tem um poder maior de comunicação”.

Em face das características apresentadas, o relatório da administração, segundo a FIPECAFI (2000, p. 399), “deve ser um forte instrumento de comunicação entre a entidade, seus acionistas e a comunidade na qual se insere, posto que sua adequada elaboração proporcionará tomadas de decisões de melhor qualidade” .

Para Silva, Rodrigues e Abreu (2004, p. 2, apud Gallon, 2004, p. 41) “este relatório, por ser menos técnico e mais descritivo que os outros documentos, tem um forte poder de comunicação, podendo prestar conta dos atos praticados e apresentar expectativas sobre desempenhos futuros”, sendo o mesmo exigido por meio da Lei 6.404/76 e recomendado no Parecer de Orientação 15/87 da CVM.

No Brasil, de acordo com a Lei das Sociedades por Ações, Lei 6.404, de 15 de dezembro de 1976, o relatório da administração deve ser publicado juntamente com as Demonstrações Contábeis tradicionais do encerramento do exercício social, e precisa conter as seguintes informações:

- a) aquisição de debêntures de sua própria emissão (art. 55, § 2º);
- b) política de reinvestimento de lucros e distribuição de dividendos constantes de acordo de acionistas (art. 118, § 5º);
- c) negócios sociais e principais fatos administrativos ocorridos no exercício (art. 133, inciso I); e
- d) relação dos investimentos em sociedades coligadas e/ou controladas evidenciando as modificações ocorridas durante o exercício (art. 243).

Além da divulgação destas informações obrigatórias mínimas, conforme previsto em lei, a CVM manifestou-se acerca do relatório da administração, através de orientação de caráter facultativo.

Verifica-se no Brasil ainda a existência da Lei 6.385, de 07 de dezembro de 1976, que em conjunto com a lei supramencionada regem as normas concernentes a elaboração do relatório da administração e dá competência à CVM para estabelecer normas sobre o assunto.

A CVM pronunciou-se pela primeira vez, através do Parecer de Orientação nº. 15, de 28 de dezembro de 1987, recomendando a divulgação de alguns itens neste relatório, uma vez que a mesma entende que se faz necessário complementar as informações mínimas determinadas pela Lei nº. 6.404/76.

A título de recomendação e exemplo, o Parecer de Orientação nº. 15/87 apresenta uma relação dos itens que também devem ser evidenciados no relatório da administração, conforme pode ser observado a seguir:

- a) descrição dos negócios, produtos e serviços - histórico das vendas físicas dos últimos dois anos e vendas em moeda de poder aquisitivo da data do encerramento do exercício social; é recomendável também a descrição e análise por segmento ou linha de produto, quando relevantes para a sua compreensão e avaliação;
- b) comentários sobre a conjuntura econômica geral - concorrência nos mercados, atos governamentais e outros fatores exógenos relevantes sobre o desempenho da companhia;
- c) recursos humanos - número de empregados no término dos dois últimos exercícios e turnover nos dois últimos anos, segmentação da mão-de-obra segundo a localização geográfica, nível educacional ou produto, investimento em treinamento, fundos de seguridade e outros planos sociais;
- d) investimentos - descrição dos principais investimentos realizados, objetivo, montantes e origens dos recursos alocados;
- e) pesquisa e desenvolvimento - descrição sucinta dos projetos, recursos alocados, montantes aplicados e situação dos projetos;
- f) novos produtos e serviços - descrição de novos produtos, serviços e expectativas a eles relativas;
- g) proteção ao meio-ambiente - descrição e objetivo dos investimentos efetuados e montante aplicado;
- h) reformulações administrativas - descrição das mudanças administrativas, reorganizações societárias e programas de racionalização;
- i) investimentos em controladas e coligadas - indicação dos investimentos efetuados e objetivos pretendidos com as inversões;
- j) direitos dos acionistas e dados de mercado - políticas relativas à distribuição de direitos, desdobramentos e grupamentos; valor patrimonial por ação, negociação e cotação das ações em Bolsa de Valores;

- k) perspectivas e planos para o exercício em curso e os futuros - poderá ser divulgada a expectativa da administração quanto ao exercício corrente, baseada em premissas e fundamentos explicitamente colocados, sendo que esta informação não
- l) se confunde com projeções por não ser quantificada;
- m) em se tratando de companhias de participações, o relatório deve contemplar as informações acima mencionadas, mesmo que de forma mais sintética, relativas às empresas investidas.

No referido parecer, a CVM pronunciou-se pela primeira vez de forma abrangente sobre o relatório da administração, recomendando às companhias abertas a divulgação de alguns itens como forma de melhorar a qualidade das informações dos administradores aos usuários das informações contábeis, atuais e potenciais.

O Parecer de orientação da CVM nº. 15/87, menciona ainda que:

o relatório, como peça integrante das demonstrações financeiras, deverá, pois, complementar as peças contábeis e notas explicativas, observada a devida coerência com a situação nelas espelhadas, formando um quadro completo das posturas e do desempenho da administração na gestão e alocação dos recursos que encontram-se a ela confiados.

Percebe-se que além de complementar as demonstrações contábeis, tornando mais transparente a real situação da empresa, o relatório da administração objetiva formar um conjunto completo da gestão da administração e do emprego dos recursos a ela confiados.

Ainda com relação à aptidão dessa peça complementar, o referido parecer destaca que:

a complexidade crescente dos negócios e a instabilidade do ambiente econômico e o seu reflexo inevitável na vida das companhias exige uma postura cada vez mais profissional das administrações e o relatório pode e deve se transformar num elemento poderoso de comunicação entre a companhia, seus acionistas e a comunidade em que está inserida.

Face ao exposto, observa-se que o relatório da administração pode apresentar informações de caráter não financeiro que afetam diretamente a operação da empresa, tais como expectativas em relação ao futuro, planos de crescimento da companhia, valor de gastos

efetuados ou a efetuar no orçamento do capital ou em pesquisa e desenvolvimento, utilizando-se para isso, de uma linguagem compreensível, voltada para os não detentores dos conhecimentos mais apurados na área contábil.

3 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Com base nos conceitos já apresentados de evidenciação e ativo intangível, especialmente de CI, foram analisados os Relatórios de Administração e as Notas Explicativas da empresa de NATURA S/A, com o objetivo de identificar, o seu nível de evidenciação.

Dessa forma, ao analisar os Relatórios de Administração e as Notas Explicativas extraídas do site da BOVESPA, buscou-se identificar quais informações podem ser consideradas como CI de forma a contribuir para a construção de um goodwill para empresa, fazendo com que suas ações valorizem mais que o mercado ou, no caso de venda da empresa, o valor da transação seja superior aos ativos líquidos valorados no mercado.

A princípio serão apresentadas as quantidades de informações identificadas como geradoras de Capital Intelectual, as quais serão classificadas em Capital Humano (CH), Capital Estrutural (CE) e Capital de Relacionamento (CR). Em seguida, serão descritos os tipos de informações mais freqüentes e uma análise geral do entendimento adquirido com o estudo da empresa.

Para tanto, faz-se necessário averiguar itens tais como:

- Capital Humano visualizado nas informações referentes a treinamento e capacitação de funcionários/ consultores e colaboradores, programa de participação nos lucros, benefícios assistenciais e previdenciários e adoção de políticas de motivação.
- Capital Estrutural verificado através dos investimentos em pesquisa e desenvolvimento, da relação com o meio ambiente, ampliação do parque industrial, ampliação da capacidade produtiva, aquisição de novos equipamentos, investimentos em tecnologia da informação, revisão da estrutura administrativa e organizacional, aumento do investimento na internacionalização da empresa.
- Capital de Relacionamento constituído pela (o) publicidade da marca e propaganda da empresa, bom relacionamento com consultoras e consumidores, relacionamento de qualidade com fornecedores, recebimento de certificações, adoção de políticas de comprometimento, contratos de parcerias, investimentos em comunicação com clientes.

As quantidades de informações geradoras de Capital Intelectual, que foram identificadas nos Relatórios da Administração podem ser observadas na tabela 1:

TABELA 1
Informações gerais sobre o capital intelectual nos RA

ITENS INVESTIGADOS	2003	2004	2005	2006	2007
CAPITAL HUMANO	2	2	2	2	1
CAPITAL ESTRUTURAL	5	3	7	8	7
CAPITAL DE RELACIONAMENTO	6	5	5	6	5
TOTAL	13	10	14	16	13

Fonte: Dados da pesquisa, 2008.

A seguir, pode-se observar no gráfico 1 o percentual de informações sobre Capital Intelectual evidenciadas nos Relatórios da Administração nos anos de 2003 a 2007:

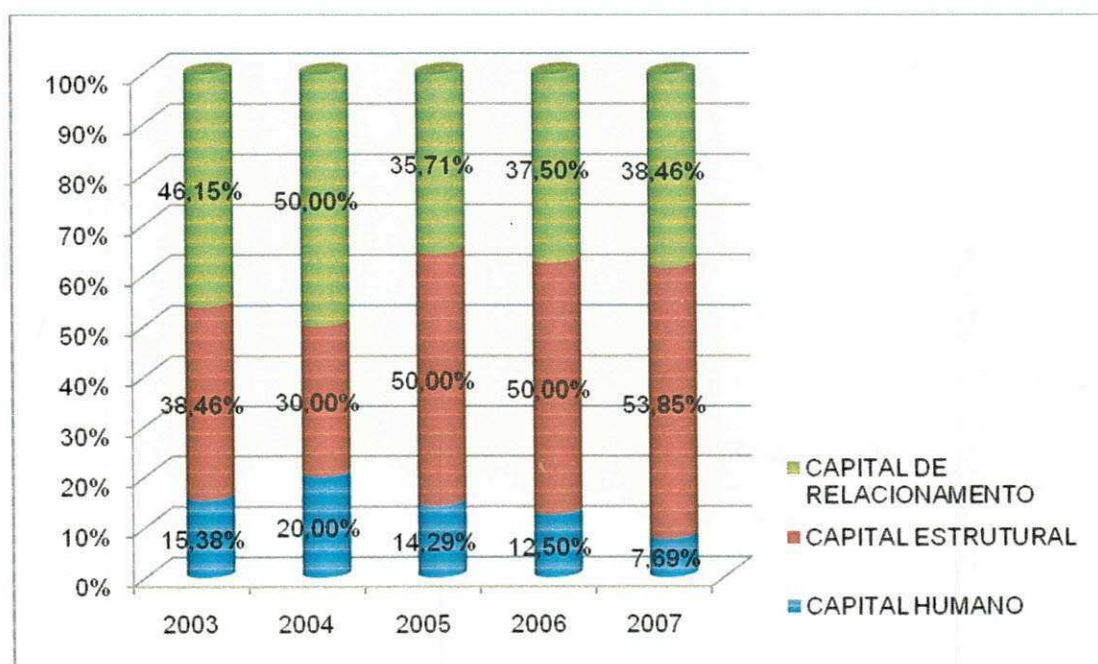


GRÁFICO 1 – Informações gerais sobre o capital intelectual nos RA

Fonte: Dados da pesquisa, 2008.

Analisando as informações contidas no gráfico 1, observa-se um certo equilíbrio de informações entre o Capital Estrutural e o Capital de Relacionamento, com ligeira predominância para o primeiro, sobretudo, nos anos de 2005, 2006 e 2007, com percentuais de 50%, 50% e 53,85%. Já o Capital Humano não apresenta muitas evidenciações, com apenas 09 (nove) referências ao longo dos anos analisados e, conseqüentemente, apresentando os menores percentuais.

Ainda no que se refere ao Capital Humano, observa-se que as informações mais evidenciadas foram em relação a treinamentos e capacitação de funcionários, consultores e colaboradores e também, em relação aos programas de participação nos lucros e políticas de motivação.

No que tange ao Capital Estrutural, nota-se um forte investimento nas áreas de pesquisa e desenvolvimento e na ampliação do parque industrial e ampliação da capacidade produtiva da empresa, como restou evidenciado no ano 2004, onde se constatou um investimento de R\$ 47,4 milhões de reais, em pesquisa e desenvolvimento, com conseqüente aumento do número de lançamento de produtos das mais diversas espécies (sabonetes, perfumes e cremes rejuvenescedores), passando de 117 em 2003 para 182 em 2004. Outro ano de grande investimento na área de pesquisa e desenvolvimento foi o de 2006, apresentando um aumento de 30,8% em relação ao ano de 2005, totalizando a quantia de R\$ 87,8 milhões de reais.

Quanto ao Capital de Relacionamento é importante destacar o bom relacionamento da empresa com consultoras e consumidores, a qualidade no relacionamento com fornecedores e os vários contratos de parceria com o Poder Público, e a sociedade civil, atenuando ações de implementação da Agenda 21 em Cajamar/SP (2004), da Associação das Ervaterias do Mercado do Ver-o-peso e a Associação de produtores de Bia Vista, no Pará (2006), firmados ano a ano e, principalmente a relação com o meio ambiente revelada através dos contratos de parceria firmados apenas com aqueles fornecedores que captam a matéria-prima de forma sustentável.

De um modo geral, pode-se observar ainda, que o ano de menor evidenciação foi 2004 e o de maior evidenciação das informações foi 2006, verificando-se que foi nesse mesmo ano que a empresa NATURA COSMÉTICOS S/A obteve resultados expressivos, como por exemplo:

- crescimento de 19,9% de sua receita bruta em relação ao ano anterior, haja vista que no ano de 2006, apresentou uma receita bruta de R\$ 3.890.000,00 (três milhões, oitocentos e noventa mil reais) e em 2005 o valor dessa receita foi de R\$ 3.243.600,00 (três milhões, duzentos e quarenta e três mil e seiscentos reais);
- crescimento de 44,3% de sua receita internacional, cujos valores em moeda corrente não foram mencionados no RA, que limitou-se a descrever apenas o percentual de aumento; e

- aumento significativo no número de consultoras no Brasil, em torno de 16,2% , atingindo a marca de 561 mil pessoas.

As quantidades de informações geradoras de Capital Intelectual, que foram identificadas nas Notas Explicativas podem ser observadas na tabela 2:

TABELA 2
Informações gerias sobre o capital intelectual nas NE

ITENS INVESTIGADOS	2003	2004	2005	2006	2007
CAPITAL HUMANO	1	2	2	2	2
CAPITAL ESTRUTURAL	3	5	3	5	3
CAPITAL DE RELACIONAMENTO	0	1	1	1	2
TOTAL	4	8	6	8	7

Fonte: Dados da pesquisa, 2008.

A seguir, têm-se gráficos demonstrativos do percentual de informações sobre Capital Intelectual evidenciadas nas Notas Explicativas nos anos de 2003 a 2007:

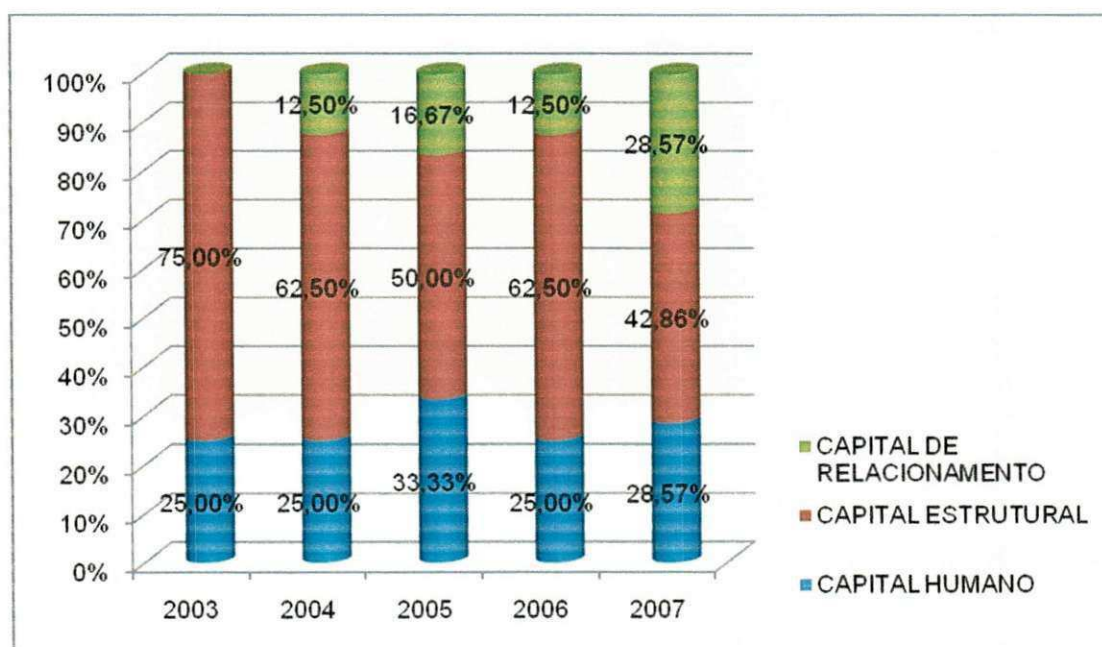


GRÁFICO 2 – Informações gerias sobre o capital intelectual nas NE
Fonte: Dados da pesquisa, 2008.

Observando as informações contidas no gráfico 2, detecta-se que o tipo de Capital Intelectual mais evidenciado foi o Capital Estrutural, seguido do Capital Humano e do Capital de Relacionamento.

No que respeita ao Capital Humano, percebe-se que o foco principal na evidenciação das informações está relacionado aos programas de participação nos lucros e nos benefícios assistenciais e previdenciários oferecidos pela empresa aos seus funcionários.

Quanto ao Capital Estrutural, as informações evidenciadas dizem respeito a revisão da estrutura administrativa e organizacional da empresa, aos investimentos feitos em pesquisa e desenvolvimento e a ampliação da capacidade produtiva, salientando-se que as Notas Explicativas apenas fazem menção aos referidos itens, sem, no entanto, revelarem em que consistem ou quais ações podem ser compreendidas como ampliação da capacidade produtiva, revisão da estrutura ou investimentos em pesquisa e desenvolvimento, dados estes que se mostram claros nos RA, que chegam a pormenorizar cada ação, a exemplo da expressa descrição feita no RA do ano de 2005, acerca do lançamento do primeiro creme de tratamento anti-sinais de alta tecnologia Chronos Spilol, elaborado através de ativo obtido por meio de plantio orgânico sustentável, o jambu, apontado como pesquisa e desenvolvimento.

Já no Capital de Relacionamento destacam-se os contratos de parceria e dados referentes às despesas e investimentos na publicidade da marca e propaganda da empresa como informações de maior evidenciação, sendo cabível frisar que as NE apenas citam os referidos itens e apontam os valores destinados a estes a cada ano, sem, no entanto, detalhar que contratos seriam ou em que necessariamente consistiriam esses investimentos em publicidade e propaganda.

De um modo geral, pode-se observar constata-se que o capital estrutural é o mais evidenciado nas informações, que relatam, em ambas as modalidades de evidenciação, principalmente os investimentos nas áreas de pesquisa e desenvolvimento e na ampliação de sua capacidade produtiva.

Menciona-se ainda, que após comparar os dados coletados verificou-se que o ano de menor evidenciação foi 2003 e os anos de 2004 e 2006 foram os de maior evidenciação nas informações referentes aos elementos geradores de CI.

A evolução do nível de evidenciação das informações pertinentes ao capital intelectual, por cada um dos seus componentes individualmente considerados, pode ser vista da seguinte maneira:

Evolução da evidenciação do Capital Intelectual nos RA:

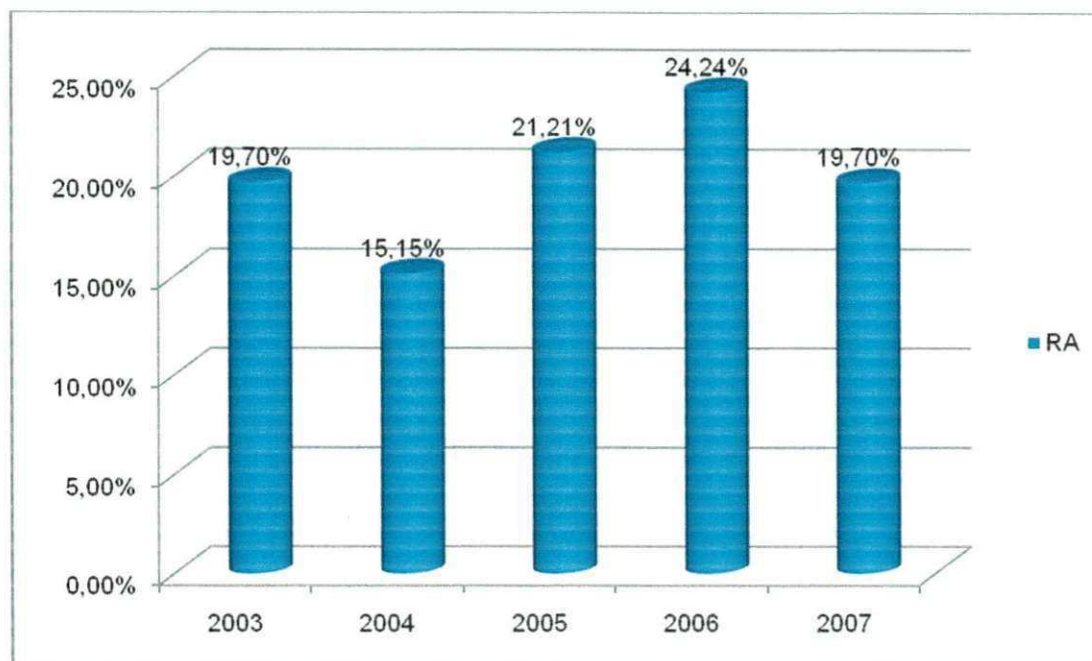


GRÁFICO 3 – Evolução da evidenciação do capital intelectual nos RA

Fonte: Dados da pesquisa, 2008.

A partir da observação do gráfico acima, pode-se afirmar que houve oscilação quanto à evolução da evidenciação nos RA ao longo dos anos, não apresentando um crescimento gradual nesse nível de evidenciação, visto que o ano de 2004 apresentou uma pequena queda em relação ao ano anterior, já no ano seguinte (2005), houve um acréscimo de 6% nas informações evidenciadas, seguido de mais um aumento no ano de 2006, que evidenciou 24,24% contra os 21,21% ano antecedente, voltando a demonstrar uma queda de aproximadamente 5%, no ano de 2007.

Procedida uma análise dos RA, com base no Parecer de Orientação nº 15 da CVM, verificou-se que à exceção do ano de 2004, que menos evidenciou, todos os relatórios dos outros anos atenderam a recomendação do mencionado parecer e informaram de maneira detalhada os principais fatos sociais e administrativos, inclusive separando em tópicos as informações referentes à recursos humanos, pesquisa e desenvolvimento, investimentos, novos produtos e serviços e demais itens relacionados no parecer, tudo numa linguagem simples e de fácil entendimento.

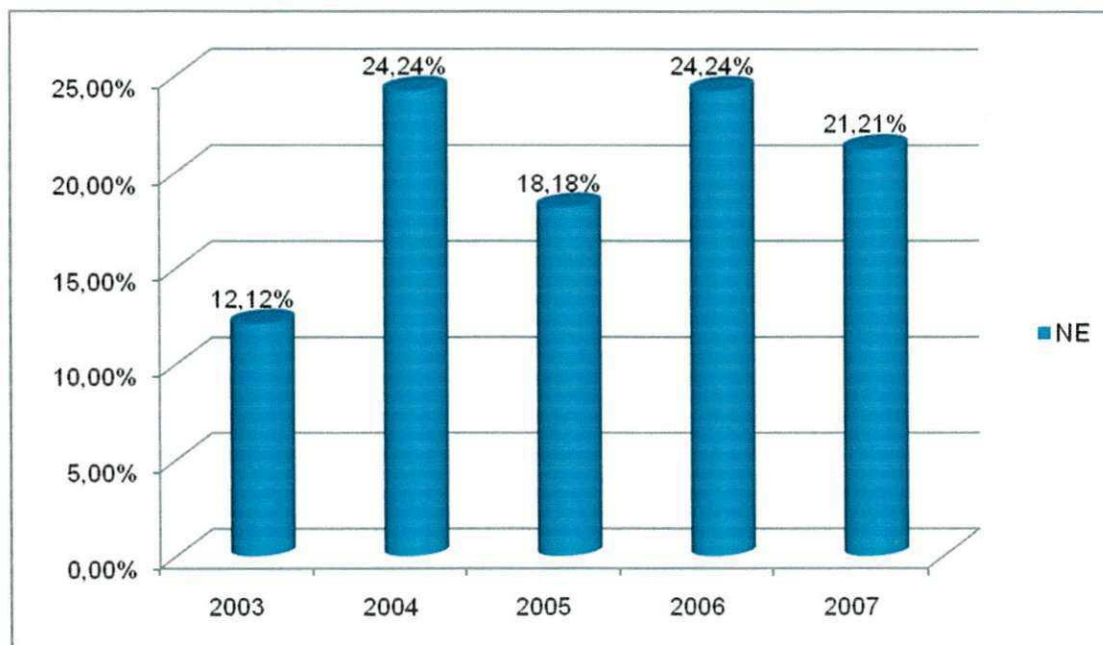
Evolução da evidenciação do Capital Intelectual nas NE:

GRÁFICO 4 – Evolução da evidenciação do capital intelectual nas NE

Fonte: Dados da pesquisa, 2008.

Observando o gráfico 04, que trata da evolução do Capital Intelectual nas NE, nota-se que o ano de 2004 praticamente duplicou suas evidenciações em relação ao ano anterior(2003), totalizando 24,24%.Em 2005,o nível de evidenciação diminuiu em torno de 6%,voltando a ter um crescimento no ano seguinte(2006) equiparando-se ao ano de 2004.Já no exercício de 2007,o percentual de evidenciação teve um pequeno decréscimo atingindo a margem de 21,21%.De ver- se que não houve uma uniformidade na evolução da evidenciação nas NE, no entanto, não obstante não ter crescido de forma linear, também não houve decréscimo considerável.

Análise comparativa das informações evidenciadas em NE e nos RA:

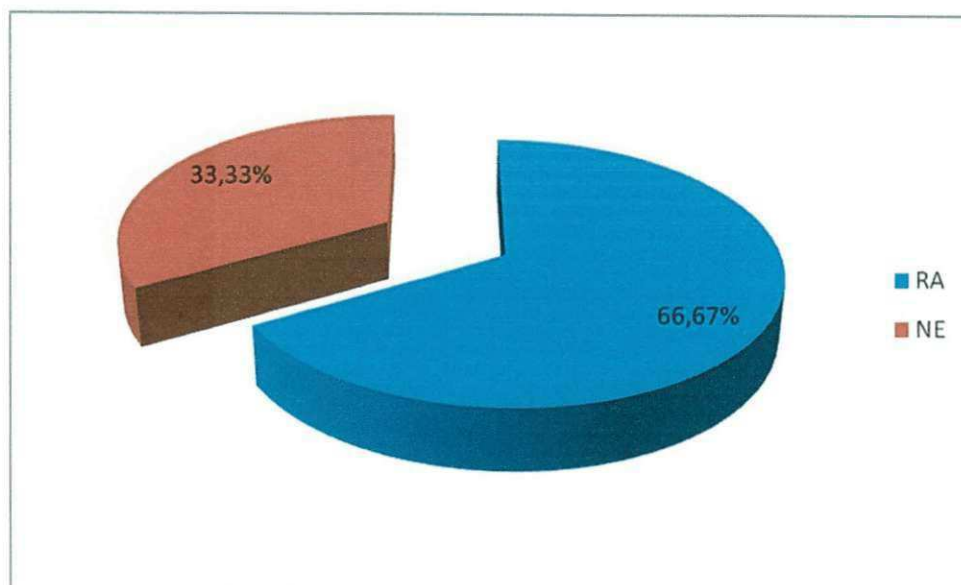


GRÁFICO 5 – Notas explicativas x Relatórios da administração (2003 a 2007)
Fonte: Dados da pesquisa, 2008.

Diante do gráfico acima, conclui-se, portanto, que a NATURA COSMÉTICOS S/A utiliza o Relatório da Administração como forma principal de evidenciar as informações que podem gerar o capital intelectual com um total de 66,67% (sessenta e seis vírgula sessenta e sete por cento), enquanto apenas 33,33% (trinta e três vírgula trinta e três por cento) são expressas em Notas Explicativas, conforme se constata no gráfico acima.

O referencial teórico associado aos dados coletados permitiu observar que o nível de evidenciação das informações referentes ao CI nas NE e RA da empresa NATURA é satisfatório, tendo em vista que referida empresa não deixou de evidenciar em nenhum dos anos analisados e que os decréscimos apresentados quanto ao percentual de informações apresentadas foram bem pequenos. Considerando que se trata de empresa brasileira, cuja evidenciação de informações de natureza contábil/financeira, segundo Falcão (1995, p. 11), “ainda tem um longo caminho a percorrer no sentido de tornar o conjunto das demonstrações financeiras uma peça harmoniosa no sentido de justificar decisões tomadas ao longo de determinado período.”

Destarte, os resultados do estudo levam a concluir que o nível de evidenciação das informações pela empresa amostra apresenta um grau satisfatório, sobretudo se considerar-se que o processo de evidenciação de informações de natureza contábil/financeira, principalmente no que tange ao CI ainda encontra-se em plena evolução, conforme se depreende de tudo que foi exposto no referencial teórico.

Pode-se afirmar também, a título de resultado da pesquisa, que os Relatórios da Administração foram os que mais evidenciaram informações referentes ao CI e seus componentes (CH, CE, CR), confirmando entendimento da CVM, citado por Ponte e Oliveira (2007, p. 54), onde afirma que:

A CVM entende que o Relatório da Administração constitui elemento poderoso de comunicação da companhia junto aos acionistas e à comunidade em que está inserida, devendo ser redigido em linguagem simplificada, para ser acessível ao maior número de pessoas.

Já as Notas Explicativas apresentaram um índice de evidenciação menor, não possuindo uma linguagem tão clara e descritiva quanto os RA, voltando-se mais a evidenciação de práticas contábeis da companhia, esclarecendo contas, operações específicas de natureza técnica.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Depreende-se do que foi exposto no curso dessa pesquisa que a sociedade atual, pautada no conhecimento como principal recurso de produção para as organizações, aumenta a importância dos ativos intangíveis, sobretudo o capital intelectual, para a sustentabilidade das organizações. Entretanto, com a relevância do capital intelectual cada vez mais crescente, surge a necessidade de evidenciar informações referentes a esse intangível para os investidores, para o mercado.

Verificou-se também, que a evidenciação dessas informações tem de ser feita de maneira justa, séria e adequada de modo a proporcionar credibilidade aos destinatários, bem como a não prejudicar as empresas, visto que a divulgação e transparência de informações gera entre os dirigentes e controladores das empresas um certo conflito com o mercado, posto que muitos dos dados solicitados pelos destinatários das informações são considerados estratégicos e podem expor aos concorrentes os pontos fracos das companhias.

Nesse contexto, desponta a Contabilidade a ter, dentre os seus objetivos enquanto ciência social, o de produzir e divulgar informações e atender a todos os usuários, seja por meio das demonstrações contábeis ou outros relatórios. Dentre os inúmeros métodos de evidenciação despontam as notas explicativas e relatórios da administração como meios de evidenciação extremamente acessíveis dada sua natureza de informações complementares e linguagem clara.

Conforme já abordado nesse estudo, os Relatórios da Administração, assim como as Notas Explicativas, constituem demonstrativos de caráter complementar, que visam facilitar o processo de comunicação e conseqüente tomada de decisão junto aos usuários, constituindo-se os primeiros, conforme foi visto ao longo da pesquisa, em documento complementar fornecido pelos administradores onde constam, em forma de narrativa, todas as informações financeiras relevantes, já as últimas, tem o objetivo de evidenciar informação que não pode ser apresentada no corpo das demonstrações contábeis, sob pena de comprometer a clareza.

Com base nisso, buscou-se analisar o nível de evidenciação do Capital Intelectual nos RA e NE da empresa NATURA COSMÉTICOS S/A, no período de 2003 a 2007

Nesse contexto, o estudo revelou que o nível de evidenciação do CI nos Relatórios da Administração e Notas Explicativas é satisfatório, tendo em vista que há um certo equilíbrio

nos percentuais de divulgação durante os anos verificados, apontando para uma tendência de crescimento.

Pôde-se constatar que o Capital Estrutural é o mais informado, seguido do Capital de Relacionamento, com pequena evidenciação acerca do Capital Humano.

A pesquisa permitiu ainda, a constatação de que os Relatórios da Administração foram os que mais evidenciaram informações referentes ao CI e seus componentes (CH, CE, CR), as Notas Explicativas evidenciam menos informações.

Como sugestão para trabalhos futuros nesse tema, poder-se-ia realizar novas pesquisas dessa natureza com o objetivo de verificar se existe correlação entre o nível de evidenciação do capital intelectual e o valor de cotação das ações no mercado de capitais.

REFERÊNCIAS

ABRANTES, Joilma Andrade de Araújo. **Investimentos em Capital Intelectual evidenciados no Balanço Social das Instituições financeiras**- Estudo de Multicasos. 2008. 163.p. Trabalho de conclusão de Curso (Graduação em Ciências Contábeis) – Universidade Federal de Campina Grande, Sousa, 2008.

ANTUNES, Maria Thereza Pompa. **Capital intelectual**. São Paulo: Atlas, 2007.

AQUINO, Wagner de; SANTANA, Antonio Carlos de. **Evidenciação**. Disponível em <<http://www.eac.fea.usp.br/cadernos/completos/cad05/evidenciacao.pdf>>. Acesso em 19 de outubro de 2008.

ASSUNÇÃO, Amanda Borges de Albuquerque. et. al. **Ativo Intangível: goodwill** ou capital intelectual. Disponível em: <<http://www.congressoeac.locaweb.com.br/artigos22005/243.pdf>>. Acesso em: 18 out. 2008.

BASSAN, Cristiane Cervi; HAUSCHILDT, Rogério. Mensuração do capital intelectual: um desafio importante para a contabilidade. In: **Revista eletrônica de contabilidade – UFSM**. vol. 1. n. 2, p. 91-106, dez/2004 – fev./2005.

BEUREN, Ilse Maria (org). **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: Teoria e Prática**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

_____, Ilse Maria. **Gerenciamento da informação**: um recurso estratégico no processo de gestão empresarial. São Paulo: Atlas, 1998.

_____, Ilse Maria. **Divulgação de informações voluntárias em relatórios financeiros e seu relacionamento com a estrutura das empresas e características dos contabilistas**. 1991. 101 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) – Curso de Pós-Graduação em Ciências Contábeis, Fundação Getúlio Vargas, Rio de Janeiro, 1991.

BOVESPA. **Bolsa de Valores do Estado de São Paulo**. Disponível em: <<http://www.bovespa.com.br/Home/Redirect.asp?end=/Empresas/InformacoesEmpresas/ExecutaAcaoConsultaNivelGovernanca.asp?nivel=nm>>. Acesso em: 15 out. 2008.

BRASIL. **Lei nº. 11.638/2007** – Altera e revoga dispositivos da Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976, e da Lei nº 6.385, de 7 de dezembro de 1976, e estende às sociedades de grande porte disposições relativas à elaboração e divulgação de demonstrações financeiras. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2007/Lei/L11638.htm>. Acesso em 28 nov. 2008

_____. **Lei nº. 6.404/1976.** Dispõe sobre as sociedades por ações. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L6404consol.htm>. Acesso em: 08 set. 2008.

_____. **Lei nº. 6.385/1976** – Dispõe sobre o mercado de valores mobiliários e cria a Comissão de Valores Mobiliários. Disponível em: <https://www.planalto.gov.br/ccivil_03/LEIS/L6385.htm>. Acesso em 08 set. 2008

CARVALHO, L. Nelson G.; TRAPP, Adriana Cristina Garcia; CHAN, Betty Lilian. Disclosure e risco operacional: uma abordagem comparativa em instituições financeiras que atuam no Brasil, na Europa e nos Estados Unidos. **Revista de Administração**, São Paulo, v.39, nº 3, p. 264-273, jul./ago./set. 2004. Disponível em: <www.rausp.usp.br/download.asp?file=V3903264-273.pdf>. Acesso em 25 nov. 2008.

CUNHA, José Humberto da Cruz. A contabilidade e o real valor das empresas: foco no capital intelectual. Disponível em: <<http://www.congressoeac.locaweb.com.br/artigos62006/558.pdf>>. Acesso em 23 nov. 2008.

CVM – Comissão de Valores Mobiliários. **Parecer de orientação nº 15**, de 28 de dezembro de 1987. Disponível em: <<http://www.cvm.gov.br>>. Acesso em 30 ago. 2008

CPC - Comitê de Pronunciamentos Contábeis. **Pronunciamento Técnico CPC- 04- Ativos Intangíveis**. Disponível em: <www.cpc.org.br/pdf/CPC_04.pdf> . Acesso em 29 nov. 2008

DALMÁCIO, Flávia Zóboli; PAULO, Francislene Ferraz Magalhães de. **A evidenciação contábil**: publicação de aspectos sócio-ambientais e econômico-financeiros nas demonstrações contábeis. In: CONGRESSO USP DE CONTROLADORIA E CONTABILIDADE, 4., 2004, São Paulo. Disponível em: <http://www.bbronline.com.br/upld/trabalhos/pdf/11_pt.pdf>. Acesso em: 12 out. 2008.

DANTAS, José Alves; ZENDERSKY, Humberto Carlos; NIYAMA, Jorge Katsumi. **A dualidade entre os benefícios do disclosure e a relutância das organizações em aumentar o grau de evidenciação**. Disponível em : <http://anpad.org.br/evento.php?acao=trabalho&cod_edicao_subsecao=39&cod_evento_edicao=8&cod_edicao_trabalho=873>. Acesso em 20 de outubro de 2008.

EDVINSSON, Leif; MALONE, Michel S. **Capital intelectual**. Tradução de Roberto Galman. São Paulo: Makron Books, 1998.

FALCÃO, Eduardo. **Divulgação em demonstrações financeiras de companhias abertas**. Disponível em: <<http://www.eac.fea.usp.br/cadernos/completos/cad12/divul.pdf>>. Acesso em: 19 out. 2008.

FIPECAFI. **Manual de contabilidade das sociedades por ações**: aplicável também às demais sociedades. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1994.

_____. **Manual de contabilidade das sociedades por ações:** aplicável às demais sociedades. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

GALLON, Alessandra Vasconcelos. **Evidenciação contábil nos relatórios da administração das empresas participantes dos níveis de governança da BOVESPA.** Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis do Centro de Ciências Sociais Aplicadas da Universidade Regional de Blumenau. Mestrado em Ciências Contábeis. Disponível em <http://proxy.furb.br/tede/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=161>. Acesso em: 23 nov. 2008.

GONÇALVES, Vânia; CAMPOS, Jonas Comin. A importância da contabilização do capital intelectual e o desafio que traz aos profissionais de contabilidade. In: **XI INIC/ VII EGP – UNIVAP.** Disponível em: <http://www.inicepg.univap.br/INIC_07/trabalhos/sociais/inic/INICG00231_01C.pdf>. Acesso em 12 de outubro de 2008.

GONÇALVES, Odair; OTT, Ernani. **Pesquisa sobre a evidenciação contábil nas companhias de capital aberto com atuação no Brasil.** IX Convenção de Contabilidade do Rio Grande do Sul. 2003. Disponível em: <<http://www.ccontabeis.com.br/conv/t12.pdf>>. Acesso em 15 nov. 2008.

GRACIOLI, Clarissa. **Impacto do Capital Intelectual na Performance Organizacional.** Santa Catarina. Dissertação apresentada ao curso de Mestrado do Programa de Pós-Graduação em Administração, da Universidade Federal de Santa Maria (UFSM-RS) como requisito de obtenção do grau de Mestre em Administração. 2005

HENDRIKSEN, Eldon S.; VAN BREDA, Michael F. **Teoria da contabilidade.** Tradução por Antonio Zoratto Sanvicente. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

IUDÍCIBUS, Sérgio de. **Teoria da contabilidade.** 8. ed. São Paulo: Atlas, 2006.

IUDÍCIBUS, Sérgio de; MARION, José Carlos. **Introdução à teoria da contabilidade para o nível de graduação.** São Paulo: Atlas, 1999.

MAFRA, Mário A. F; NESS JR, Walter L. **O relatório da administração no Brasil: peça de informação ou de ficção.** Dissertação de Mestrado- Curso de Pós-Graduação da Pontifícia Universidade de São Paulo. 2002. Disponível em: <http://www.maxwell.lambda.ele.puc-rio.br/cgi-bin/db2www/PRG_0654.D2W/INPUT1?CdLinPrg=pt&NrUsuSis=88>. Acesso em: 28 set. 2008

MARION, José Carlos. **Contabilidade empresarial.** 8. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

MARTINS, Eliseu. **Contribuição à avaliação do ativo intangível.** São Paulo, 1972. Tese (Doutorado em Contabilidade) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo.

_____, Eliseu. **Avaliação de Empresas: da mensuração contábil à econômica.** São Paulo: Atlas, 2001.

MONOBE, Massanori. **Contribuição à mensuração e contabilização do goodwill não adquirido.** São Paulo, 1986. Tese (Doutorado) – Faculdade de Economia e Administração, Universidade de São Paulo. 1986.

NEVES, José Luis. **Pesquisa Qualitativa- Características, usos e possibilidades.** Caderno de Pesquisas em Administração. 1996. Disponível em: <<http://www.ead.fea.usp.br/cad-pesq/arquivos/C03-art06.pdf>>. Acesso em: 12 nov. 2008.

OLIVEIRA, Luciano. **Mudanças na Lei 6404/76: Novas regras da Contabilidade Geral.** 2008. Disponível em: <http://editoraferreira.com.br/publique/media/luciano_toq32>. Acesso em: 28 nov. 2008.

PAIVA, Simone Bastos. **Gestão do capital intelectual ancorada à gestão do conhecimento.** In: XIV Congresso Brasileiro de Custos. 2007, João Pessoa. **Anais Eletrônicos.** João Pessoa: 2007. 1 CD-ROM

PEREIRA, Márcia Batista. **Tratamento contábil dos ativos intelectuais focados em ativos humanos de empresas de governança corporativa da bolsa de valores de São Paulo.** Dissertação de Mestrado. – Blumenau: FURB, SC, 2006. Disponível em: <http://proxy.furb.br/tede/tde_busca/arquivo.php?codArquivo=337>. Acesso em 15 nov. 2008.

PONCHIROLLI, Osmar. O capital humano como elemento estratégico na economia da sociedade do conhecimento sob a perspectiva da tória do agir comunicativo. In: **Revista da FAE.** Curitiba, v. 5. n. 1, p. 29-42, jan./abr. 2002

PONTE, Vera Maria Rodrigues; OLIVEIRA, Marcelle Colares. **Análise das práticas de evidenciação de informações obrigatórias, não-obrigatórias e avançadas nas demonstrações contábeis das Sociedades Anônimas no Brasil: Um estudo comparativo dos exercícios de 2002 e 2005.** Disponível em <<http://www.scielo.br/pdf/rcf/v18n45/v18n45a05.pdf>>. Acesso em: 12 nov. 2008.

REZENDE, Yara. **Gestão da informação e gestão do conhecimento na NATURA COSMÉTICOS: ser virtual e o saber real.** Disponível em: <<http://portal.crie.coppe.ufrj.br/portal/data/documentos>>. Acesso em: 08 set. 2008.

RAMLOW, Débora Simoni; BEUREN, Ilse Maria. **A Mensuração do Capital Intelectual pela Contabilidade.** Disponível em: <<http://eco.unne.edu.ar/contabilidad/costos/VIIIcongreso/233.doc>>. Acesso em 12 out. 2008.

SANTIAGO, José Renato Sátiro; SANTIAGO JR, José Renato Sátiro. **Capital intelectual: o grande desafio das organizações**. São Paulo: Novatec Editora, 2007.

SANTOS, Janice de Almeida. **O Capital Intelectual nas organizações**. Rio de Janeiro, Monografia (Graduação em Administração) – Universidade Veiga de Almeida, Rio de Janeiro, 2007.

SCHMIDT, Paulo; et. al. **Mensuração do Capital Intelectual: O desafio da Era do Conhecimento**. Disponível em: <http://www.ccti.unisinos.br/ccti_interna.php?corpo=curso_turmas&cod_modulo=333&cod_area=16&cod_trilha=103>. Acesso em: 28 nov. 2008.

SILVA, Larissa Milena Campelo. **Capital intelectual**. Disponível em: <<http://www.facape.br/socrates/trabalhos/capital%20intelectual.htm>>. Acesso em: 22 jul. 2008.

SILVA, César Augusto Tibúrcio; RODRIGUES, Fernanda Fernandes; ABREU, Robson Lopes. Análise dos relatórios de administração das companhias abertas brasileiras: um estudo do exercício social de 2002. In: ENANPAD, 28., 2004, Curitiba. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2004.

STEWART, Thomas. A. **Capital intelectual: a nova vantagem competitiva das empresas**. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

SVEIBY, Karl Erik. **A nova riqueza das organizações**. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

VASCONCELOS, Yumara Lúcia; VIANA, Aurelina Laurentina. **Evidenciação: forma e qualidade-** Revista Brasileira de Contabilidade- Disponível em: <<http://www.cfc.org.br/uparq/RBCEvidenciação134.pdf>>. Acesso em 30 ago. 2008.

WERNKE, Rodney; LEMBECK, Marluce; BORNIA, Antonio C. As considerações e comentários acerca do capital intelectual. In: **Revista da FAE**. Curitiba, v. 6. n. 1, p. 15-26, jan./abr. 2003.

APÊNDICE A

INSTRUMENTO DE COLETA

Relatório da administração

CAPITAL HUMANO	2003	2004	2005	2006	2007
Treinamento e capacitação(funcionários/ consultores e colaboradores)	1		1	1	1
Programa de participação nos lucros	1	1			
Benefícios assistenciais e previdenciários		1			
Adoção de políticas de motivação			1	1	
TOTAL	2	2	2	2	1

CAPITAL ESTRUTURAL	2003	2004	2005	2006	2007
Investimentos em pesquisa e desenvolvimento	1	1	1	1	1
Relação com o meio ambiente	1		1	1	1
Ampliação do parque industrial	1	1	1	1	1
Ampliação da capacidade produtiva	1	1	1	1	1
Aquisição de novos equipamentos			1	1	
Investimentos em tecnologia da informação	1		1	1	1
Revisão da estrutura administrativa e organizacional			1	1	1
Aumento do investimento na internacionalização da empresa				1	1
TOTAL	5	3	7	8	7

CAPITAL DE RELACIONAMENTO	2003	2004	2005	2006	2007
Publicidade da marca e propaganda da empresa	1			1	1
Bom relacionamento com consultoras e consumidores	1	1	1	1	1
Relacionamento de qualidade com fornecedores	1	1	1	1	1
Recebimento de certificações		1	1	1	
Adoção de políticas de comprometimento	1	1			
Contratos de parcerias	1	1	1	1	1
Investimentos em comunicação com clientes	1		1	1	1
TOTAL	6	5	5	6	5

APÊNDICE B

INSTRUMENTO DE COLETA

Notas Explicativas

CAPITAL HUMANO	2003	2004	2005	2006	2007
Treinamento e capacitação(funcionários/ consultores e colaboradores)					
Programa de participação nos lucros	1	1	1	1	1
Benefícios assistenciais e previdenciários		1	1	1	1
Adoção de políticas de motivação			1	1	
TOTAL	1	2	3	3	2

CAPITAL ESTRUTURAL	2003	2004	2005	2006	2007
Investimentos em pesquisa e desenvolvimento	1	1	1	1	1
Relação com o meio ambiente					
Ampliação do parque industrial	1				
Ampliação da capacidade produtiva	1	1	1	1	1
Aquisição de novos equipamentos				1	
Investimentos em tecnologia da informação					
Revisão da estrutura administrativa e organizacional	1	1	1	1	1
Aumento do investimento na internacionalização da empresa		1		1	
TOTAL	4	4	3	5	3

CAPITAL DE RELACIONAMENTO	2003	2004	2005	2006	2007
Publicidade da marca e propaganda da empresa					1
Bom relacionamento com consultoras e consumidores					
Relacionamento de qualidade com fornecedores					
Recebimento de certificações					
Adoção de políticas de comprometimento					
Contratos de parcerias		1	1	1	1
Investimentos em comunicação com clientes					
TOTAL	0	1	1	1	2