

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SÓCIO-ECONÔMICO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

BRUNA MATOS

**A EVIDENCIAÇÃO VOLUNTÁRIA DO CAPITAL INTELECTUAL DE NATUREZA
SOCIAL E AMBIENTAL DA EMPRESA NATURA COSMÉTICOS S.A. NO
PERÍODO DE 2003 A 2008.**

**FLORIANÓPOLIS
2009**

BRUNA MATOS

**A EVIDENCIAÇÃO VOLUNTÁRIA DO CAPITAL INTELECTUAL DE NATUREZA
SOCIAL E AMBIENTAL DA EMPRESA NATURA COSMÉTICOS S.A. NO
PERÍODO DE 2003 A 2008.**

Monografia apresentada ao Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Santa Catarina como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis.

Orientadora: Prof^a. Dr^a. Sandra Rolim Ensslin.
Co-orientador: Donizete Reina

**FLORIANÓPOLIS
2009**

BRUNA MATOS

A EVIDENCIAÇÃO VOLUNTÁRIA DO CAPITAL INTELECTUAL DE NATUREZA SOCIAL E AMBIENTAL DA EMPRESA NATURA COSMÉTICOS S.A. NO PERÍODO DE 2003 A 2008.

Esta monografia foi apresentada como trabalho de conclusão do curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Santa Catarina, obtendo a nota (média) de _____, atribuída pela banca constituída pelo orientador e membros abaixo mencionados.

Florianópolis, 15 de junho de 2009.

Prof^a. Dr^a. Valdirene Gasparetto
Coordenadora de Monografia do Departamento de Ciências Contábeis

Professores que compuseram a banca:

Prof^a. Dr^a. Sandra Rolim Ensslin (Orientadora)
Departamento de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Santa Catarina

Prof. Dr. Sérgio Murilo Petri
Departamento de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Santa Catarina

Co-orientador Donizete Reina
Donizete Reina – Bacharel e Especialista em Ciências Contábeis
Mestrando do Programa de Pós-Graduação em Contabilidade da UFSC.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, pela oportunidade da vida; aos meus pais e meu irmão, pelo apoio e incentivo durante toda essa trajetória; ao meu namorado, amigo e companheiro, pela paciência e dedicação; à minha orientadora e ao meu co-orientador, pela assistência e contribuição; à Universidade Federal de Santa Catarina, pelo ensino público e gratuito; aos professores do Curso de Ciências Contábeis, por todos os conhecimentos transmitidos; enfim, a todos que contribuíram de alguma forma para a elaboração deste trabalho.

“Só existem dois dias do ano que nada pode ser feito. Um se chama ontem e outro se chama amanhã. Portanto, hoje é o dia certo para amar, acreditar, fazer e principalmente viver.”

Dalai Lama

RESUMO

MATOS, Bruna. **Evidenciação Voluntária do Capital Intelectual de Natureza Social e Ambiental da Empresa Natura Cosméticos S.A. no Período de 2003 a 2008.** 2009. Monografia (Curso de Ciências Contábeis) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. 2009.

O atual contexto social e econômico caracteriza-se por demandar de grande parte das empresas uma crescente atenção com seus ativos intangíveis, onde cada vez mais vem se destacando de forma subjetiva e voluntária em seus relatórios o termo Intangível, o que nos leva a pesquisar e saber um pouco mais sobre toda essa mudança. Diante disso, o presente trabalho apresenta os resultados de um estudo longitudinal sobre a evidenciação voluntária do Capital Intelectual (CI) de natureza social e ambiental nos Relatórios Anuais (RAs), do período de 2003 a 2008, da Empresa Natura Cosméticos S.A. Este trabalho, de caráter descritivo, faz uso da técnica da análise do conteúdo para interpretar as sentenças constantes nos RAs. Sendo assim, esta pesquisa adota uma abordagem qualitativa dos dados de fonte de natureza secundária. Para a condução deste estudo, será utilizada a nomenclatura das categoriais de classificação de Capital Intelectual (CI) proposta por Sveiby (1998), uma matriz de elementos de CI de origem social e ambiental elaborada por Silva (2008) e a codificação numérica proposta por Guthrie *et al.* (1999). Os resultados indicam que: (i) há uma maior tendência de evidenciação dos elementos de natureza social; (ii) a categoria Estrutura Interna foi a mais evidenciada na área social e as três categorias analisadas foram igualmente evidenciadas na área ambiental; (iii) há uma grande evidenciação voluntária dos elementos de CI, uma vez que, dos 38 elementos, somente três elementos não foram evidenciados; (iv) há uma sutil variação na evidenciação voluntária dos elementos de natureza social ao longo dos últimos seis anos, variação esta inexistente no que diz respeito aos elementos de natureza ambiental; e (v) a evidenciação de depoimentos/manifestações que reconhecem a presença dos recursos intangíveis deu-se somente a partir de 2005.

Palavras-chave: Evidenciação Voluntária do Capital Intelectual. Responsabilidade Sócio-ambiental. Relatórios Anuais.

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Matriz de Elemento de Capital Intelectual de Origem Social	21
Tabela 2 – Matriz de Elemento de Capital Intelectual de Origem Ambiental	22
Tabela 3 – Resultados da Análise dos Elementos de CI de Origem Social	38
Tabela 4 – Resultados da Análise dos Elementos de CI de Origem Ambiental	42

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Comparativo entre as propostas para categorias de Capital Intelectual	26
Quadro 2 – Estudos empíricos que abordam a evidenciação do Capital Intelectual	34
Quadro 3 – Depoimentos/Manifestações sobre os recursos intangíveis da empresa Natura ao longo dos anos	44

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Evidenciação dos elementos de Capital Intelectual de natureza social por categoria	39
Gráfico 2 – Evidenciação dos elementos de Capital Intelectual de natureza social	40
Gráfico 3 – Evidenciação dos elementos de CI de natureza ambiental por categoria.....	42
Gráfico 4 – Evidenciação dos elementos de Capital Intelectual de natureza ambiental	43

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Propostas para Categorías de Capital Intelectual	26
-------------------------------------------------------------------	----

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
1.1 TEMA E PROBLEMA.....	14
1.2 OBJETIVOS	15
1.2.1 Objetivo Geral	15
1.2.2 Objetivos Específicos	15
1.3 JUSTIFICATIVAS	16
1.4 METODOLOGIA.....	17
1.4.1 Enquadramento Metodológico	17
1.4.2 Análise de Conteúdo.....	18
1.4.3 Fonte de Coleta dos Dados	19
1.4.4 Procedimentos para registro e análise dos dados.....	20
1.5 DELIMITAÇÕES DA PESQUISA.....	22
1.6 ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO	22
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	24
2.1 CAPITAL INTELECTUAL.....	24
2.1.1 Componentes do Capital Intelectual.....	25
2.1.1.1 Competência dos Funcionários.....	28
2.1.1.2 Estrutura Interna	28
2.1.1.3 Estrutura Externa	29
2.2 EVIDENCIAÇÃO VOLUNTÁRIA DO CAPITAL INTELECTUAL.....	30
2.3 RESPONSABILIDADE SÓCIO-AMBIENTAL.....	31
2.3.1 Responsabilidade Social	32
2.3.1 Responsabilidade Ambiental	33
2.4 ESTUDOS EMPÍRICOS SOBRE CAPITAL INTELECTUAL.....	34
3 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS	37
3.1 IDENTIFICAÇÃO DOS ELEMENTOS E DAS CATEGORIAS DO CI.....	37
3.1.1 Evidenciação dos elementos do Capital Intelectual de natureza social.....	37
3.1.2 Evidenciação dos elementos do CI de natureza ambiental.....	42
3.2 MANIFESTAÇÕES/DEPOIMENTOS SOBRE OS RECURSOS INTANGÍVEIS	44
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS E SUGESTÕES PARA FUTUROS TRABALHOS.....	46
REFERÊNCIAS	48

1 INTRODUÇÃO

Observando a importância que vem sendo dada aos Ativos Intangíveis, percebemos que as empresas estão cada vez mais destacando de forma subjetiva e voluntária em seus relatórios o termo Intangível, isso nos leva a pesquisar e saber um pouco mais sobre toda essa mudança.

A evidenciação do valor das empresas por meio das tradicionais perspectivas tangíveis, de capital físico e capital financeiro, apresenta-se limitativa diante das atuais exigências competitivas impostas às empresas, não observando os demais componentes formadores de valor nas entidades, como o Capital Intelectual (KLEIN, 1998).

Sobre esta visualização restrita decorrente da evidenciação de natureza tangível, Edvinsson e Malone (1998) enfatizam uma preocupação diante da defasagem das informações apresentadas pelos demonstrativos contábeis voltados para a evidenciação tangível e identificam outro tipo de capital de natureza intangível ou invisível, o Capital Intelectual. Assim, o Capital Intelectual juntamente com o capital físico e financeiro compõem, na atualidade, o capital de uma organização (BRENNAN, 2001; CHEN GOH, PHENG LIM, 2004; ENSSLIN, CARVALHO, 2007).

O Capital Intelectual (CI) tem assumido papel importante na vida das pessoas e organizações (STEWART, 1998; REZENDE, 2001; ANTUNES e MARTINS, 2007), além de produzir ativos de alto valor para as empresas (ROCHA e ARRUDA, 2005; CUNHA 2006).

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

Para Kaplan e Norton (2004), esta vantagem competitiva originada por meio da gestão estratégica dos ativos intangíveis pode ser responsável em média por 75% do valor de

mercado de uma empresa. Observe-se que, na literatura, a terminologia Capital Intelectual (CI) tem sido utilizada, intercambiavelmente, com a terminologia Ativo Intangível (AI). Entretanto, observa-se uma tendência de se utilizar o termo AI, quando a pesquisa focaliza a Contabilidade Financeira, e de se utilizar CI, quando a pesquisa focaliza a Contabilidade Gerencial. Portanto, esta pesquisa adotará a terminologia Capital Intelectual, uma vez que aborda questões de cunho gerencial. Neste trabalho, o elemento Capital Intelectual será tratado pela sigla CI.

Entre as inúmeras possibilidades de utilização dos elementos formadores de Capital Intelectual dentro do gerenciamento estratégico das entidades, estes se destacam também como sendo um mecanismo eficiente de gestão e evidenciação de ações ligadas à Responsabilidade Sócio-Ambiental (RSA), uma vez que permitem a identificação, correlação e a posterior prestação de contas em relação à postura das entidades perante a sociedade (SILVA, 2008).

Segundo Ashley (2005), a observação das questões relacionadas à postura responsável por meio das perspectivas sociais e ambientais apresenta-se como uma das preocupações centrais para as organizações que almejam crescer em harmonia com a sociedade e a natureza.

Filho (2007) identifica o exercício da Responsabilidade Sócio-Ambiental como um elemento que se apresenta no centro da esfera de governo da organização, onde a adoção da postura da sustentabilidade, ligada à vontade da preservação do meio ambiente no âmbito interno da organização, pode impulsionar o desenvolvimento no âmbito macrossocial.

Dentre as inúmeras conceituações a respeito do termo responsabilidade sócio-ambiental, segue a seguinte citação, segundo o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social (2007):

Responsabilidade social é a forma de gestão que se define pela relação ética e transparente da empresa com todos os públicos com os quais ela se relaciona e pelo estabelecimento de metas empresariais compatíveis com o desenvolvimento sustentável da sociedade, preservando recursos ambientais e culturais para as

gerações futuras, respeitando a diversidade e promovendo a redução das desigualdades sociais.

Considerando o contexto acima, esse estudo visa analisar a empresa Natura Cosméticos S.A. Tal escolha se deu pelo fato de essa empresa ter uma postura socialmente responsável, buscando relacionar sua marca às ações sócio-ambientais e enfatizando o termo sustentabilidade.

A presente pesquisa apresenta-se estruturada em quatro capítulos. O primeiro tem caráter introdutório; o segundo apresenta a Fundamentação Teórica dividida em quatro partes: (i) Capital Intelectual, (ii) Evidenciação Voluntária do Capital Intelectual, (iii) Responsabilidade Sócio- Ambiental e (iv) Estudos empíricos sobre Capital Intelectual; o terceiro capítulo contém a Apresentação e Discussão dos Resultados, e o quarto e último capítulo apresenta as Considerações Finais e Sugestões para Futuros Trabalhos.

1.1 TEMA E PROBLEMA

As práticas de Responsabilidade Sócio-Ambiental (RSA) agregam valores muitas vezes invisíveis, sendo que sua observação apenas pelos enfoques financeiros e físicos não consegue representar com fidelidade os resultados decorrentes dessas ações. Portanto, a abordagem do CI reuniria um conjunto de fatores que permitiriam a evidenciação dos elementos relacionados com a RSA, como a possibilidade de uma abordagem qualitativa e de reconhecimento de componentes que, apesar de não serem visíveis, agregam valor à entidade.

Sobre a gestão e divulgação desses processos sociais, Kaplan e Norton (2004) identificam quatro dimensões distintas: (i) Meio Ambiente; (ii) Segurança e Saúde; (iii) Práticas Trabalhistas; e, (iv) Investimentos na Comunidade.

A reputação de excelente desempenho nas dimensões regulatórias e sociais ajuda as empresas a atrair e a reter empregados de alta qualidade, tornando os processos de recursos humanos mais eficazes e eficientes. Além disso, a redução dos acidentes

ambientais e a melhoria da segurança e saúde dos empregados aumentam a produtividade e reduzem os custos operacionais. Por fim, as empresas com reputação notável geralmente desfrutam de ótima imagem perante os clientes e os investidores socialmente conscientes (KAPLAN e NORTON, 2004, p. 49).

Diante da importância da evidência das informações dos elementos de Capital Intelectual relacionados às práticas de Responsabilidade Sócio-Ambiental, este estudo tem o intuito de responder à seguinte pergunta de pesquisa: *Qual é o comportamento da empresa Natura Cosméticos S.A. em relação à evidência voluntária de seu Capital Intelectual de natureza social e ambiental?*

1.2 OBJETIVOS

Para nortear a pesquisa, faz-se necessário dividir os objetivos em geral e específicos. O primeiro é o ponto central do trabalho, enquanto o segundo identifica os procedimentos específicos adotados para alcançar o objetivo geral.

1.2.1 Objetivo Geral

O objetivo geral deste trabalho é realizar um estudo longitudinal referente à evidência voluntária do Capital Intelectual (CI) de natureza social e ambiental nos Relatórios Anuais (RAs) da empresa Natura Cosméticos S.A, no período de 2003 a 2008.

Para alcançar o objetivo geral almejado, elaboraram-se os objetivos específicos (1.2.2.).

1.2.2 Objetivos Específicos

- Identificar os elementos e categorias do Capital Intelectual evidenciado, voluntariamente, nos RAs da Empresa Natura Cosméticos S.A, nos anos 2003, 2004, 2005, 2006, 2007 e 2008, por meio da técnica análise de conteúdo.

- Comparar os resultados da evidenciação do Capital Intelectual - de natureza social e ambiental - identificados longitudinalmente.
- Coletar manifestações/depoimentos que reconhecem a presença dos recursos intangíveis.

1.3 JUSTIFICATIVAS

O fato de os relatórios fornecidos pela contabilidade financeira não retratarem 100% a realidade das empresas, tendo em vista a diferença que há entre o valor contábil e o valor real que as empresas valem, decorrente dos benefícios intangíveis que agregam valor a elas, acrescido das observações das questões pertinentes a Responsabilidade Social Ambiental demandam uma associação desses eixos de pesquisa - Capital Intelectual e Responsabilidade Sócio Ambiental – com vistas a oferecer uma informação mais fidedigna aos stakeholders.

As empresas ao reconhecerem que suas atividades usufruem dos recursos naturais (água, ar, solo, reservas florestais, etc.), e recursos sociais (mão-de-obra, tecnologia, conhecimento, capital, etc.), devem gerenciar suas ações de tal forma a minimizar/evitar os possíveis danos a esses recursos, ou até mesmo prestar alguma contrapartida à sociedade.

Sobre essa boa imagem almejada pelas empresas, Ashley (2005, p. 147) faz a seguinte ponderação:

Como é de esperar, em geral a boa imagem empresarial a ser conquistada deve atingir públicos diferenciados de formas específicas. Daí ser cada vez mais comum a vinculação entre o que se entende como uma abordagem avançada da ação social e termos como investimento social, diferencial competitivo e oportunidade de negócios.

Diante da importância cada vez maior na evidenciação voluntária do Capital Intelectual, este estudo visa demonstrar uma análise longitudinal da empresa Natura Cosméticos S.A, apontando os principais aspectos com relação à evolução da evidenciação.

1.4 METODOLOGIA

Nesta seção, apresentam-se o enquadramento metodológico da pesquisa, a técnica utilizada para verificação da evidência voluntária dos elementos de natureza social e ambiental nos Relatórios Anuais: técnica de “análise de conteúdo”; a fonte de coleta de dados; e os procedimentos para registro e análise dos dados da pesquisa.

1.4.1 Enquadramento Metodológico

Este estudo, quanto ao seu objetivo, tem caráter descritivo, visto que investiga as formas de divulgação dos elementos de Capital Intelectual (CI) nos Relatórios Anuais (RAs). Ressalta-se que a observação dos componentes do fenômeno estudado (CI de natureza social e ambiental) é feita pela autora, sem que a mesma manipule os dados; mas sim, só os descreva, registre, analise e os correlacione (CERVO e BERVIAN, 1983). Para Andrade (2002, *apud* Beuren, 2003, p. 81), o estudo descritivo preocupa-se em “observar os fatos, registrá-los, classificá-los e interpretá-los”.

A pesquisa possui abordagem qualitativa, pois a análise realizada procura identificar os elementos de Capital Intelectual de natureza social e ambiental, logo não utiliza instrumentos estatísticos na coleta e análise dos dados (RICHARDSON, 1999). A realização do estudo foi feito por meio da leitura e interpretação dos dados contidos nos RAs.

As fontes utilizadas no estudo são de origem secundária (RICHARDSON, 1999), uma vez que os dados são extraídos dos Relatórios Anuais da empresa pesquisada.

O procedimento técnico utilizado será a Pesquisa Documental, já que a análise dos Relatórios Anuais apresenta-se como fontes para a posterior identificação dos elementos de Capital Intelectual de natureza Social e Ambiental evidenciados pela empresa integrante da amostra. Na visão de Richardson (1999, p. 253), a esse tipo de pesquisa “não tem relação

direta com o acontecimento registrado, senão através do elemento intermediário”, neste caso, os RAs.

A pesquisa documental corresponde a toda informação de forma oral, escrita ou visualizada. Ela consiste na coleta, classificação, seleção difusa e utilização de toda espécie de informações, compreendendo também as técnicas e os métodos que facilitam a sua busca e a sua identificação (FACHIN, 2005, p.136).

Para realizar a coleta e interpretação dos dados nos relatórios faz-se necessária à utilização da técnica da Análise de Conteúdo. Bardin (2004, p. 34) afirma que “a intenção da análise de conteúdo é inferência de conhecimentos relativos às condições de produção (ou eventualmente recepção), inferência esta que recorre a indicadores (quantitativo ou não)”. No caso do presente estudo, esta inferência apresenta-se por meio da identificação de elementos que representaram por meio de frequências de evidenciação a sua representatividade para a pesquisa.

Para a condução deste estudo será utilizada a nomenclatura do modelo de classificação de Capital Intelectual (CI) proposto por Sveiby (1998), uma matriz de elementos de CI de origem social e ambiental elaborada por Silva (2008) e codificação numérica proposta por Guthrie *et al.* (1999).

1.4.2 Análise de Conteúdo

Bardin (2004, p. 34) afirma que “a intenção da análise de conteúdo é inferência de conhecimentos relativos às condições de produção (ou eventualmente recepção), inferência esta que recorre a indicadores (quantitativo ou não)”. No caso do presente estudo, esta inferência apresenta-se por meio da identificação de elementos que representaram por meio de frequências de evidenciação a sua representatividade para pesquisa.

Puglisi e Franco (2005) afirmam que para se proceder a análise de conteúdo, necessariamente, deve-se identificar a unidade de registro que se irá investigar. Essa

identificação “é indispensável para a necessária análise e interpretação dos textos a serem decodificados [...] e, principalmente, para que se possa estabelecer a necessária diferenciação resultante dos conceitos de significado e sentido” (*Ibid.*, p. 43). Nesse artigo, a unidade de registro utilizada foi a sentença. Por esse motivo, as sentenças/frases dos relatórios anuais foram lidas e quando a mensagem estivesse vinculada a um dos elementos integrantes das Tabelas 1 e 2, essa mensagem seria considerada na pesquisa.

1.4.3 Fonte de Coleta dos Dados

A empresa Natura Cosméticos S.A é uma marca de origem brasileira, presente em sete países da América Latina e na França. No Brasil, é a indústria líder no mercado de cosméticos, fragrâncias e higiene pessoal, assim como no setor da venda direta. Desde 2004, tornou-se uma companhia de capital aberto, com ações listadas no Novo Mercado, o mais alto nível de Governança Corporativa da BM&FBOVESPA S.A.– Bolsa de Valores, Mercadorias e Futuros que foi criada em 2008 com a integração entre Bolsa de Mercadorias & Futuros (BM&F) e Bolsa de Valores de São Paulo (BOVESPA). Juntas, as companhias formam uma das maiores bolsas do mundo em valor de mercado, a segunda das Américas e a líder no continente latino-americano.

Em seu comportamento empresarial, busca criar valores para a sociedade, gerando resultados integrados nas dimensões econômica, social e ambiental. Acredita que resultados sustentáveis são aqueles alcançados por meio de relações de qualidade e, por isso, busca manter canais de diálogo abertos com todo o público com quem tem contato, em um exercício contínuo de transparência.

Consideram as consultoras e os consultores seus primeiros consumidores. É por intermédio deles que os produtos Natura chegam às mãos de seus clientes. São os consultores que incentivam o estabelecimento de relações de qualidade, baseadas no entendimento e no

atendimento de suas necessidades. Tem como razão criar e comercializar produtos e serviços que promovam o Bem-Estar/Estar Bem.

O levantamento dessas informações foi obtido pelo acesso ao *site* da empresa analisada, assim como os Relatórios Anuais (RAs), os quais serviram de fonte no processo de coleta das informações, inerentes aos elementos de Capital Intelectual de natureza social e ambiental.

1.4.4 Procedimentos para registro e análise dos dados

Para o alcance do objetivo específico proposto, esta pesquisa foi desenvolvida com base na metodologia de Guthrie *et al.* (1999 *apud* CARVALHO, ENSSLIN, IGARASHI, 2006). Os autores utilizaram um sistema de quatro códigos numéricos:

0 = Item não apareceu no relatório anual.

1 = Item apareceu no relatório anual em forma narrativa.

2 = Item recebeu um valor numérico no relatório anual.

3 = Item recebeu um valor monetário no relatório anual.

Para o registro e posterior tabulação dos dados, foi utilizada a nomenclatura de classificação de Sveiby (1998 *apud* CARVALHO, ENSSLIN, IGARASHI, 2006) no que diz respeito às categorias: competência dos funcionários, estrutura interna e estrutura externa.

No que tange à classificação dos elementos, como a proposta de Sveiby (1998) não contempla a perspectiva do Capital Intelectual pelo ponto de vista da Responsabilidade Social e Ambiental, a autora do presente estudo utilizou duas tabelas de elementos, propostas por Silva (2008). A primeira tabela contempla a perspectiva de Capital Intelectual de origem Social, conforme Tabela 1 abaixo.

Tabela 1: Matriz de Elemento de CI de Origem Social

Elementos de Capital Intelectual Social		2003	2004	2005	2006	2007	2008
Competência do funcionário							
1	Educação ou aprendizado social						
2	Conhecimento de práticas responsáveis						
3	Competências relacionando o trabalho com a						
4	Conscientização Social (Voluntariado)						
5	Atividades Esportivas						
6	Atividades Culturais						
7	Atividades Artísticas						
8	Atividades de Lazer						
9	Qualificação vocacional						
Estrutura Interna							
10	Cultura Organizacional Responsável						
11	Código de Ética ou de Conduta						
12	Integração dos colaboradores						
13	Segurança e saúde no trabalho						
14	Práticas trabalhistas						
Estrutura Externa							
15	Ligação da Marca com a Responsabilidade Social						
16	Conscientização social dos Clientes						
17	Vinculação do nome ou da imagem com ações sociais						
18	Integração e parcerias com a Comunidade						
19	Participação em Comunidades Carentes						
20	Atividades com povos indígenas						
21	Projetos e ações de inclusão social						
22	Projetos e ações de valorização da diversidade racial						
23	Projetos e ações de incentivo a práticas esportivas						
24	Projetos e ações de incentivo a práticas culturais						
25	Projetos e ações de incentivo a práticas artísticas						
26	Projetos e ações de incentivo a práticas educacionais						
27	Projetos e ações de incentivo a práticas de lazer						
Total							

Fonte: Silva (2008, p.29)

E a segunda tabela contempla a perspectiva de Capital Intelectual de origem Ambiental, conforme segue Tabela 2 abaixo.

Tabela 2: Matriz de Elemento de CI de Origem Ambiental

	Elementos de Capital Intelectual Ambiental	2003	2004	2005	2006	2007	2008
	Competência do funcionário						
1	Educação ou aprendizado ambiental						
2	Conhecimento de práticas de responsabilidade ambiental						
3	Competências relacionando o trabalho com a Responsabilidade Ambiental						
4	Conscientização Ambiental						
	Estrutura Interna						
5	Processos de Gestão Sustentáveis						
6	Processos de Capitação e Minimização da emissão de resíduos (Reciclagem)						
	Estrutura Externa						
7	Ligação da Marca com a Responsabilidade Ambiental						
8	Conscientização ambiental dos Clientes						
9	Vinculação do nome ou da imagem com ações ambientais						
10	Integração e parcerias com a Comunidade						
11	Postura sustentável						
	Total						

Fonte: Silva (2008, p.30)

1.5 DELIMITAÇÕES DA PESQUISA

Este estudo está delimitado a uma única empresa e é referente ao período de 2003 a 2008, sendo analisada pelo ponto de vista sócio-ambiental representada pela empresa Natura Cosméticos SA.

A delimitação deste estudo também está relacionada à análise do período. A princípio, seriam analisados os RAs de 2000 a 2008, mas, como a empresa analisada não disponibilizou em tempo hábil esse material de 2000, 2001 e 2002, o presente trabalho ficará restrito ao período de 2003 a 2008.

1.6 ORGANIZAÇÃO DO TRABALHO

O presente trabalho apresenta-se dividido em quatro capítulos, organizados da seguinte forma:

O primeiro capítulo apresenta a parte introdutória do estudo, com as considerações iniciais, o tema e problema de pesquisa, o objetivo geral e os objetivos específicos da

pesquisa, assim como as justificativas e o enquadramento metodológico adotado durante o estudo, além das delimitações da pesquisa.

O capítulo 2 constitui a Fundamentação Teórica e divide-se em quatro partes: (i) Capital Intelectual; (ii) Evidenciação Voluntária; (iii) Responsabilidade Sócio-Ambiental; e (iv) Estudos Empíricos sobre Capital Intelectual.

O capítulo 3 abrange os desdobramentos da Pesquisa Documental, assim como a Análise de Conteúdo dos Relatórios Anuais do período de 2003 a 2008 da empresa pesquisada, além das demais análises necessárias para identificarem os elementos de Capital Intelectual de origem social e ambiental evidenciados pela empresa observada.

O capítulo 4 contempla as Considerações Finais, com as conclusões alcançadas pelo estudo, assim como as reflexões e faz sugestões para futuras pesquisas, com base nas limitações do estudo atual, além dos apêndices da pesquisa, bem como as referências utilizadas durante o estudo.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Esta seção apresenta o embasamento teórico utilizado no presente trabalho. Visando a uma melhor compreensão, será apresentada uma breve noção e comparação entre autores a respeito de Capital Intelectual, contemplará a evidenciação voluntária do Capital Intelectual e abordará a perspectiva de Responsabilidade Social Ambiental adotada neste estudo.

2.1 CAPITAL INTELECTUAL

Os termos Ativo Intangível (AI) e Capital Intelectual (CI) são muitas vezes utilizados como sinônimos e, segundo Zanini e Calvo (2006), isso não representa um erro, embora, para os autores, CI seja um conceito mais geral, e ativo intangível seja mais restrito.

De acordo com Feiwel (1975 *apud* BONTIS, 1998), o termo Capital Intelectual (CI) foi publicado pela primeira vez por John Kenneth Galbraith, em 1969. Galbraith (1996) acreditava que o CI incorporava uma ação intelectual, sendo muito mais do que um intelecto como puro intelecto. Nesse sentido, o CI não representaria somente uma noção estática de Ativo Intangível (AI), mas, sim, um processo ideológico, uma via para atingir um fim (BONTIS, 1998).

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

O diferencial entre as empresas não são mais as máquinas utilizadas no processo produtivo, mas o somatório do conhecimento coletivo gerado e adquirido, as habilidades criativas e inventivas, os valores, atitudes e motivação das pessoas que as integram e o grau de satisfação dos clientes, conforme Rezende (2000).

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

O Capital Intelectual é um recurso oriundo do potencial estrutural da organização, que gera conhecimento e inova os seus objetivos, proporcionando, assim, benefícios aos seus acionistas/proprietários, colaboradores e à comunidade em geral.

2.1.1 Componentes do Capital Intelectual

Com relação aos elementos que formam o CI, não se encontra na literatura uma classificação unânime. São evidenciadas diferentes categorizações que giram em torno dos mesmos elementos. A seguir, serão apresentadas as categorizações segundo Brooking (1996), Stewart (1998), Sveiby (1998), Edvinsson e Malone (1998).

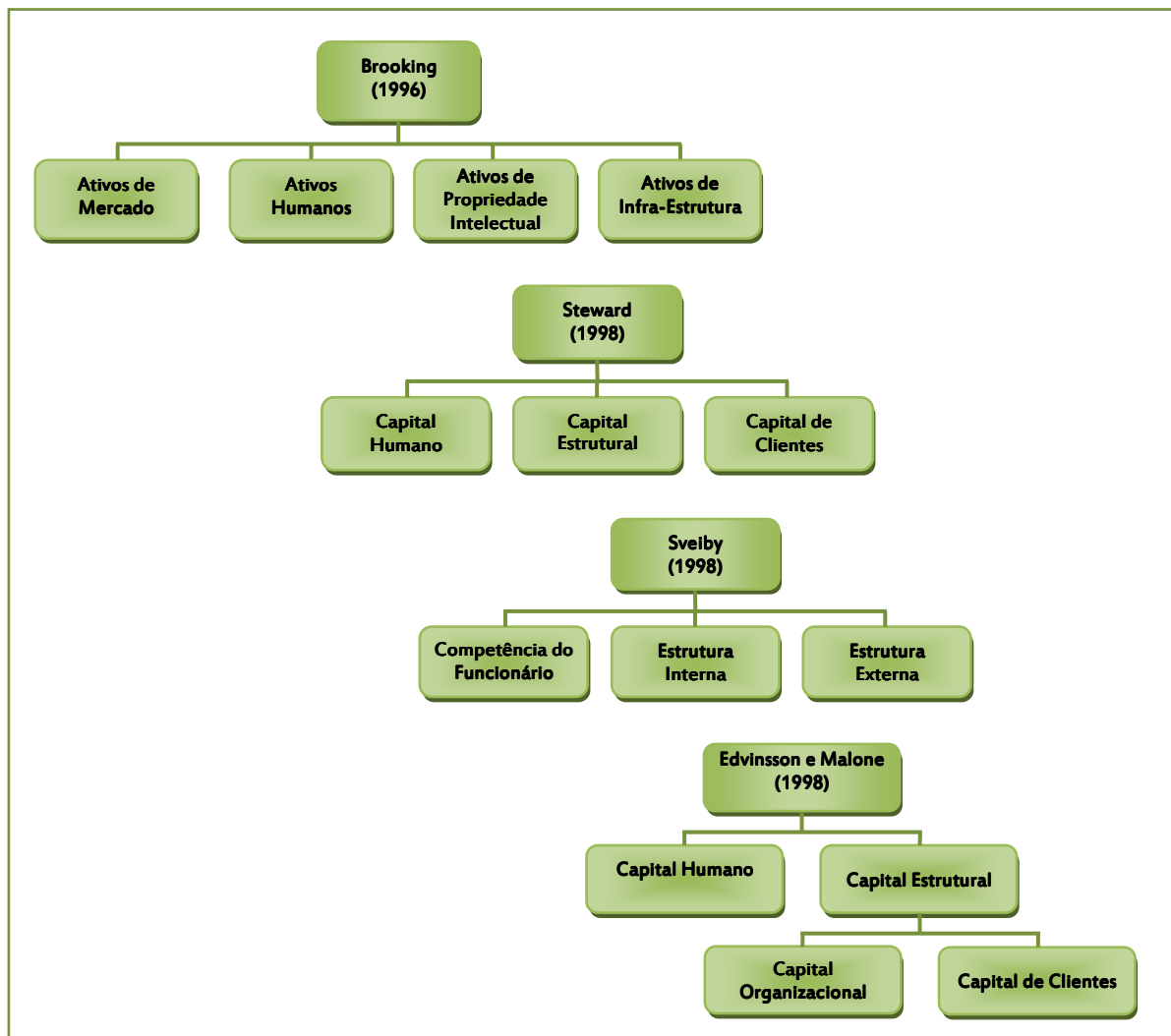


Figura 1: Propostas para Categorias de CI

Fonte: Brooking (1996), Stewart (1998), Sveiby (1998), Edvinsson e Malone (1998).

De acordo com a Figura 1, foi elaborado um quadro comparativo com o objetivo de facilitar a compreensão e uma melhor visualização quanto às principais categorizações existentes na literatura.

O Quadro 1 apresenta a noção do que a categoria focaliza conforme seus respectivos autores.

Continua

AUTOR	CATEGORIZAÇÃO	O QUE FOCALIZA
Brooking (1996)	Ativos de Mercado	Potencial que a empresa possui em decorrência dos intangíveis que estão relacionados ao mercado tais como: marca, clientes, lealdade dos clientes, franquias, etc.

Conclui

	Ativos Humanos	Compreendem os benefícios que o indivíduo pode proporcionar para as organizações por meio de sua <i>expertise</i> , criatividade, conhecimento, habilidade para resolver problemas, tudo visto de forma coletiva e dinâmica.
	Ativos de Propriedade Intelectual	Incluem os ativos que necessitam de proteção legal para proporcionar às organizações benefícios tais como: <i>know-how</i> , segredos indústrias, <i>patentes</i> , <i>designs</i> , etc.
	Ativos de Infra-Estrutura	Compreendem as tecnologias, as metodologias e os processos empregados, como cultura, sistema de informação, métodos gerenciais, aceitação de risco, etc.
Edvinsson e Malone (1998)	Capital Humano	Composto pelo conhecimento, <i>expertise</i> , poder de inovação e habilidade dos empregados mais os valores, a cultura e a filosofia da empresa.
	Capital Estrutural	Formado pelos equipamentos de informática, <i>software</i> , banco de dados, patentes, marcas registradas, relacionamento com clientes e tudo o mais da capacidade organizacional que apoia a produtividade dos empregados. Pode ser subdividida em Capital Organizacional e Capital de Clientes.
Steward (1998)	Capital Humano	Seria dentre todas as formas de capital a mais importante, uma vez que demonstra – se fruto das ideias, sendo que ter ideias constitui uma das características humanas mais básicas, presentes em qualquer indivíduo independente de treinamento ou educação.
	Capital Estrutural	Apresenta-se como uma espécie de molde desta arquitetura baseada no conhecimento.
	Capital de Clientes	“O conhecimento compartilhado é a forma máxima do capital de clientes.”
Sveiby (1998)	Competência do Funcionário	Envolve a capacidade de agir em diversas situações para criar tanto Ativos Tangíveis como Intangíveis.
	Estrutura Interna	Inclui patentes, conceitos, modelos e sistemas administrativos e de computadores, isto é, toda a estrutura organizacional.
	Estrutura Externa	Inclui as relações com os clientes e fornecedores, bem como marcas, marcas registradas e a reputação ou a imagem da empresa.

Quadro 1: Comparativo entre as propostas para Categorias de Capital Intelectual

Fonte: Elaborado pela autora.

A categorização adotada neste trabalho será a de Sveiby (1998) dividindo o Capital Intelectual em três categorias: Competência dos Funcionários, Estrutura Interna e Estrutura Externa.

2.1.1.1 Competência dos Funcionários

Segundo Sveiby (1998), esta primeira forma de CI compreende basicamente a competência, o conhecimento e a capacidade de ação e criação dos funcionários e gestores. O autor ainda ressalta que, embora esse capital não seja de propriedade da empresa, os funcionários que possuem essas competências disponibilizam-nas voluntariamente à organização.

Para Sveiby (1998), basicamente o conhecimento pode ser descrito como sendo a capacidade de agir do indivíduo, já a informação apresenta-se como a utilização da escrita ou da linguagem para articular ou transmitir algum conhecimento para outras pessoas. Conforme pode-se conferir nas palavras do autor: [...] o conhecimento e a informação crescem quando são compartilhados; uma idéia ou habilidade compartilhada com alguém não se perde, dobra. Uma economia baseada no conhecimento e na informação possui recursos ilimitados. (SVEIBY, 1998, p.27).

A palavra conhecimento gera diversas conotações, sendo que normalmente seu uso não se demonstra prático, mesmo quando o conhecimento se apresenta dinâmico, geralmente representado pelo verbo “saber”. Portanto a melhor palavra para se reportar ao assunto, segundo o autor, seria competência (SVEIBY, 1998).

2.1.1.2 Estrutura Interna

A cultura organizacional, as patentes, os conceitos, os valores e sistemas administrativos e de computação apresentam-se como exemplos de elementos que constituem a Estrutura Interna, independentemente destes originarem-se dentro da organização ou terem sido adquiridos em outros lugares (SVEIBY, 1998).

A transmissão do conhecimento exigiria das empresas a criação de mecanismos que

proporcionassem o livre fluxo desse conhecimento por toda a organização, assim como Sveiby (1998, p.33) afirma que “ao contrário dos recursos físicos, o conhecimento cresce quando é compartilhado”. Para que ocorra a disseminação do conhecimento, identifica-se a necessidade de atribuir ao Capital Intelectual a dimensão de capital mais importante que a organização baseada no conhecimento pode possuir.

Porém nem todo conhecimento gerado por meio da Competência dos Funcionários e transmitido pela Estrutura Interna tende a permanecer dentro da empresa, parte deste conhecimento destina-se a atender aos interesses de usuários externos à entidade, principalmente aos clientes.

2.1.1.3 Estrutura Externa

A Estrutura Externa, segundo Sveiby (1998), inclui as relações externas à entidade, como a marca, a reputação ou a imagem da empresa. Esse componente do Capital Intelectual possui uma particularidade em relação à observação do valor que efetivamente agrega a entidade, como se depreende da afirmação de Sveiby (1998):

O valor desses ativos é determinado basicamente pelo grau de satisfatoriedade com que a empresa soluciona os problemas de seus clientes, de modo que, nesse caso, existe sempre um elemento de incerteza. As reputações e as relações podem mudar ao longo do tempo (SVEIBY, 1998, p.12).

Uma receita gerada pelo Capital Intelectual pode apresentar parcelas de contribuição entre as três categorias que o compõe, quando Stewart (1998, p.70) afirma que “[o] Capital Intelectual não é criado a partir de partes distintas de capital humano, estrutural e de clientes, mas do intercâmbio entre eles”. Portanto o CI apresenta-se como resultado da gestão estratégica conjunta dessas três categorias.

2.2 EVIDENCIAÇÃO VOLUNTÁRIA DO CAPITAL INTELECTUAL

As evidenciações voluntárias são meios utilizados pelos investidores para analisarem as estratégias e os fatores críticos de sucesso da companhia, tanto no ambiente em que estão inseridas, como sob o aspecto competitivo de cenário econômico (PIACENTINI, 2004).

Como resultado, uma tendência tem se manifestado: as informações sobre as práticas de CI são divulgadas voluntariamente, de tal forma a preencher esse espaço (MOUTISEN, BUKH e MARR, 2005) e a reduzir a assimetria informacional (IUDÍCIBUS, 2004). A partir dessa constatação, destaca-se a necessidade de redução da assimetria informacional por meio da evidenciação. Segundo Iudícibus e Lopes (2004) e Lopes e Martins (2005), uma consequência dessa divulgação voluntária é produção de um impacto no preço das ações. Na tentativa de atender a esse mercado e, conseqüentemente, melhorar o valor de suas ações e atrair possíveis futuros investidores, as empresas estão identificando e divulgando os elementos que compõem o seu Capital Intelectual.

Para Moutisen, Bukh e Marr (2005 *apud* REINA, ENSSLIN e BORBA, 2008), existem alguns motivos que justificam uma necessidade crescente em relatar informações sobre capital intelectual. Um desses motivos é que as informações sobre Capital Intelectual – se não forem divulgadas – podem prejudicar os acionistas minoritários, uma vez que esses não possuem livre acesso aos intangíveis das empresas. Outro motivo seria o acesso a informações “privilegiadas”, o que pode, eventualmente, gerar um “comércio” dessas informações entre os gestores, com o intuito de explorá-las. Um terceiro motivo apontado pelos autores é a liquidez do mercado de ações e a busca crescente pelos títulos de crédito oriundos de empresas com uma maior divulgação voluntária desses intangíveis. Um quarto motivo é o perigo de geração de estimativas imprecisas para os investidores e demais *stakeholders*, no caso de não divulgação do CI. Um quinto e último motivo está relacionado ao aumento no custo de capital, em função do maior grau de risco imputado às empresas.

2.3 RESPONSABILIDADE SÓCIO-AMBIENTAL

A observação das questões relacionadas à postura responsável por meio das perspectivas sociais e ambientais apresenta-se como uma das preocupações centrais para as organizações que almejam crescer em harmonia com a sociedade e a natureza (ASHLEY, 2005).

Filho (2007) identifica o exercício da Responsabilidade Sócio-Ambiental como um elemento que se apresenta no centro da esfera de governo da organização, onde a adoção da postura da sustentabilidade, ligada à vontade da preservação do meio ambiente no âmbito interno da organização, pode impulsionar o desenvolvimento no âmbito macrossocial.

Para Ashley (2005), os fins sociais relacionam-se ao propósito das empresas de adotarem uma postura voltada às questões éticas, de cidadania, bem estar, responsabilidade social e ambiental. O autor acrescenta que

Ser socialmente responsável implica, para a empresa, valorizar seus empregados, respeitar os direitos dos acionistas, manter relações de boa conduta com seus clientes e fornecedores, manter ou apoiar programas de preservação ambiental, atender à legislação pertinente à sua atividade, recolher impostos, apoiar ou manter ações que visem diminuir ou eliminar problemas sociais nas áreas de saúde e educação e fornecer informações sobre sua atividade. Em resumo, a empresa deve ter os conceitos de ética e transparência como os princípios de sua conduta (ASHLEY, 2005, p. 173).

Muitos são os fatores que podem agir sobre as organizações a ponto de despertar nestas a motivação para desenvolverem ações socialmente responsáveis. Ashley (2005, p.71) apresenta o seguinte motivo, como principal encorajamento para que as empresas adotem a postura socialmente responsável:

O principal motivo para uma empresa ser socialmente responsável é que isso proporciona a ela consciência de si mesma e de suas intenções na sociedade. Em um mundo em que a realidade de mercado muda com a velocidade cada vez maior, a empresa precisa saber exatamente qual é a sua missão, e a busca de um sentido ético para sua existência deve voltar – se tanto às relações de mercado quanto as relações além de mercado.

Para a avaliação do desempenho social e ambiental, a Empresa Natura Cosméticos S.A adota os modelos preconizados pelo Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social e

pela Global Reporting Initiative (GRI). O Instituto Ethos, fundado em 1998, tem como objetivo mobilizar e apoiar empresas a conduzirem seus negócios de forma socialmente responsável. A GRI, criada em 1997, é produto do esforço de instituições multilaterais para desenvolver uma estrutura de relatórios espontâneos sobre o impacto econômico, social e ambiental das atividades de empresas. A Natura integra o *Structured Feedback Group*, fórum de 30 grandes corporações internacionais que adotaram o modelo GRI em seus relatórios e é a única empresa brasileira, reconhecida pela GRI, a adotar integralmente o seu modelo.

2.3.1 Responsabilidade Social

A responsabilidade social vem se mostrando um fator decisivo para o crescimento e desenvolvimento das empresas. É perceptível o crescimento da conscientização, por parte da sociedade, do papel imprescindível que as grandes organizações têm frente às questões sociais, assim como a cobrança por uma atuação responsável e uma postura que explicita a preocupação com tais questões.

Conforme Kraemer (2005), em 1998, foi criado o Instituto Ethos de Empresas e Responsabilidade Social pelo empresário Oded Grajew. O Instituto serve como uma ligação entre os empresários e as responsabilidades sociais. Seu objetivo é disseminar a prática da responsabilidade social empresarial por meio de publicações, experiências, programas e eventos para os interessados nas ações sociais.

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

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

O engajamento das organizações em promover ações de cunho social, voltadas para os aspectos éticos e de bem-estar e de filantropia, além da preocupação com a cidadania e justiça

social, apresenta-se como fatores integrantes da esfera da Responsabilidade Social (ASHLEY, 2005).

Não existe um conceito unânime com relação à responsabilidade social. Portanto, as organizações buscam identificar a melhor maneira de praticar sua responsabilidade social, desenvolvendo ou participando de projetos sociais, a fim de que esse envolvimento tenha uma identificação com a sociedade em geral, conseguindo um diferencial para seus produtos e uma boa imagem institucional.

2.3.1 Responsabilidade Ambiental

Diante das transformações ambientais que vêm ocorrendo, as organizações tendem a incorporar as suas atividades, medidas que procuram atender às políticas no âmbito da responsabilidade ambiental, como se entende com a afirmação de Kinlaw:

A questão primordial que pressiona hoje todo tipo de empresa pública e privada é como permanecer viável e continuar operando de forma amigável com o meio ambiente. A maneira como as organizações irão responder aos muitos desafios decorrentes dessa questão vai determinar, em muito, sua situação competitiva e sua sobrevivência (KINLAW, 1997, p. XIX).

Seffert (2005) destaca que fatores como a competitividade, as pressões dos agentes externos às organizações e a preocupação com a imagem da empresa como ecologicamente correta, apresentam-se como algumas variáveis relevantes para que uma organização adote práticas direcionadas à responsabilidade ambiental.

O termo responsabilidade ambiental tornou-se indispensável nas organizações que almejam, além de elevar cada vez mais seus lucros, manterem-se no mercado cada vez mais competitivo, como se entende com esta afirmação de Kraemer:

As organizações deverão incorporar a variável ambiental no aspecto de seus cenários e na tomada de decisão, mantendo com isso uma postura responsável de respeito à questão ambiental. Empresas experientes identificam resultados econômicos e resultados estratégicos do engajamento da organização na causa ambiental. Estes resultados não se viabilizam de imediato, há necessidade de que sejam corretamente planejados e organizados todos os passos para a interiorização da variável ambiental

na organização para que ela possa atingir o conceito de excelência ambiental, trazendo com isso vantagem competitiva (Kraemer, 2000).

É imprescindível hoje que uma organização que queira conquistar um espaço relevante no cenário econômico-financeiro tenha como objetivo buscar cada vez mais a conscientização, no que tange aos impactos/ reflexos de suas atividades no aspecto ambiental.

2.4 ESTUDOS EMPÍRICOS SOBRE CAPITAL INTELECTUAL

Na literatura existente, destacam-se alguns estudos empíricos que abordam o Capital Intelectual. Com o intuito de comparar alguns desses estudos, no que tange aos vários focos e resultados encontrados, apresenta-se o Quadro 3 de forma a facilitar a visualização dessas informações, para consequentemente apontar o diferencial do presente estudo dos demais.

Continua

Autores/Ano	Título	Fonte	Foco	Resultados
Ott, Backes e Wiethaeuper (2005)	Informações sobre Capital Intelectual Evidenciadas pelas Companhias Abertas Listadas em Nível 1 de Governança Corporativa da BOVESPA	5º Congresso USP de Controladoria e Contabilidade 2005	Análise das informações de CI evidenciadas nos Relatórios da Administração de companhias do NIVEL I de Governança Corporativa, divulgadas com data-base de 31/12/2003.	A diferença entre os setores não se mostra significativas. Os resultados indicaram uma maior frequência de divulgação de elementos da categoria Capital Estrutural, com 56,5%, com destaque para a subcategoria responsabilidade social. Prevaleceu a forma narrativa de evidenciação.
Rottini (2007)	Um Estudo Empírico sobre a Evidenciação do Capital Intelectual, nos Relatórios da Administração das Entidades com Maior Capital Social, Listadas na BOVESPA nos anos de 2005 e 2006	Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Contábeis) - Universidade Federal de Santa Catarina	Investigar a divulgação do Capital Intelectual (CI) nos Relatórios da Administração das 25 maiores empresas brasileiras, listadas na BOVESPA em 31/12/2004, dando prosseguimento à análise de Carvalho; Ensslin (2006), estendendo a pesquisa para os anos de 2005 e 2006.	Verificou-se que a categoria mais representativa nos anos de 2005 e 2006 foi o Capital Externo. As companhias estão dando maior ênfase à divulgação voluntária de elementos de CI na forma narrativa.

Continua

Ensslin, Santos e Gallon (2007)	Um Estudo Descritivo da Evidenciação do Capital Intelectual nas Maiores Companhias Abertas da Região Sul do Brasil	XIV Congresso Brasileiro de Custos	Analisar as informações sobre Capital Intelectual evidenciadas nos Relatórios da Administração das companhias abertas da região Sul do Brasil, listadas na revista Exame, Melhores e Maiores de 2006, no exercício 2006.	A maioria das empresas analisadas apresenta níveis relativamente baixos de evidenciação. Do total de 22 empresas, 6 não apresentaram evidenciação de CI.
Antunes e Martins (2007)	CAPITAL INTELECTUAL: Seu entendimento e seus impactos no desempenho de grandes empresas brasileiras	Revista de Administração e Contabilidade da UNISINOS	Estudo das relações existentes entre o entendimento do conceito de CI, por parte dos gestores, e o desempenho das empresas, verificando as medidas de desempenho existentes para captar os efeitos dos investimentos em CI.	O estudo concluiu que os gestores possuem o entendimento do conceito de CI semelhante ao exposto na literatura. Realizam investimentos nos elementos de CI. O entendimento do conceito de CI influenciou indiretamente o desempenho das empresas por meio de ações de investimento.
Souza, Ensslin, Schnorrenberger, Reina, e Rover (2008)	Um estudo sobre a Evidenciação de Capital Intelectual nos Relatórios da Administração das 15 maiores Distribuidoras de Energia Elétrica do Brasil nos anos de 2006 e 2007	2º Congresso UFSC de Controladoria e Finanças & Iniciação Científica em Contabilidade	Estudo sobre a evidenciação voluntária do CI nos Relatórios da Administração das 15 maiores companhias de Energia Elétrica listadas na BM&FBOVESPA.	Houve uma pequena evolução, na evidenciação de CI, no ano de 2007 em comparação ao ano de 2006 com relação a algumas empresas. A categoria Capital Externo apresentou maior evidenciação por parte das companhias nos dois anos analisados. Prevaleceu a forma narrativa de evidenciação.
Reina, Vicente e Ensslin (2008)	CAPITAL INTELECTUAL: Uma análise comparativa da evidenciação voluntária em empresas de governança corporativa no ano de 2006	Congresso Brasileiro de Contabilidade, 2008	Estudo das formas de divulgação do CI por empresas pertencentes ao Nível I de Governança Corporativa e fazer uma análise comparativa com empresas do Novo Mercado listadas na BM&FBOVESPA.	Das empresas, 87% evidenciam elementos de CI. Empresas do NÍVEL I apresentam maior representatividade na categoria Competência dos Funcionários, e nas empresas do NOVO MERCADO a categoria Capital Interno teve maior representatividade. Prevaleceu a forma narrativa de evidenciação.
Reina, Ensslin e Borba (2008)	Evidenciação Voluntária do Capital Intelectual nos Relatórios da Administração em Empresas do Novo Mercado no ano de 2006	5th CONTECSI - Congresso Internacional de Gestão de Tecnologia e Sistemas de Informação	Estudo sobre evidenciação voluntária dos elementos de (CI) nos Relatórios da Administração das 30 maiores companhias abertas (capital social), classificadas no Novo Mercado listadas na BM&FBOVESPA.	Constatou-se que 93% das empresas evidenciam elementos de CI. A categoria Capital Interno teve maior representatividade, com 41%. Prevaleceu a forma narrativa de evidenciação.

Conclui

Reina, Ensslin, Wegener (2009)	Evidenciação Voluntária do Capital Intelectual nos Relatórios da Administração em Empresas do Setor de Tecnologia da Informação e do Setor de Telecomunicações no ano de 2007	6th CONTECSI - Congresso Internacional de Gestão de Tecnologia e Sistemas de Informação	Estudo sobre a evidenciação voluntária do CI nos Relatórios da Administração das empresas dos setores de Tecnologia da Informação e de Telecomunicações listadas na BM&FBOVESPA	Constatou-se que 92% das empresas do ST evidenciaram algum tipo de elemento de CI, já as do STI apresentaram 78%. A forma narrativa prevaleceu, e a categoria capital externo foi a mais representativa em ambos os setores.
Matos, Ensslin, Reina e Reina (2009)	A Evidenciação Voluntária do Capital Intelectual de Natureza Social e Ambiental da Empresa Natura Cosméticos S.A. no Período de 2003 a 2007	6º Congresso USP Iniciação Científica em Contabilidade	Estudo sobre a evidenciação voluntária do CI de natureza social e ambiental nos Relatórios Anuais da empresa Natura Cosméticos S.A.	Houve uma grande evidenciação voluntária com relação aos elementos de CI de natureza social e principalmente ambiental no período analisado, com relação à evolução da evidenciação, esta permaneceu quase que constante ao longo dos 5 anos.

Quadro 2: Estudos empíricos sobre a evidenciação de capital intelectual

Fonte: Elaborado pela autora.

Este estudo diferencia-se dos demais conforme pode ser observado no Quadro 3, por delimitar sua pesquisa a uma única empresa ao longo de seis anos, o que possibilita um conhecimento mais aprofundado sobre suas atividades, possibilitando traçar uma trajetória longitudinal e permitindo conhecer o seu perfil mais adequadamente. Outro fator relevante consiste na análise da evidenciação voluntária de Capital Intelectual de natureza social e ambiental, assim como a coleta de manifestações/depoimentos que reconhecem a presença dos recursos intangíveis em seus relatórios anuais. Por ser uma empresa que domina o cenário nacional e destaca-se por sua conduta diante das suas atividades desenvolvidas de cunho social e ambiental, é que há relevância em desenvolver este estudo.

3 APRESENTAÇÃO E DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Os resultados desta pesquisa possibilitam identificar a evidenciação voluntária dos elementos que compõem o CI de natureza social e ambiental nos Relatórios Anuais, no período de 2003 a 2008, da empresa Natura Cosméticos S.A., juntamente com a evidenciação de depoimentos/manifestações sobre a importância dos recursos intangíveis.

3.1 IDENTIFICAÇÃO DOS ELEMENTOS E DAS CATEGORIAS DO CI

Esta seção apresenta as análises feitas para se obterem as frequências de evidenciação apresentadas por elemento de Capital Intelectual de natureza social e ambiental propostos pelo presente estudo. Para tal, conforme já mencionado na sub-seção 1.4.4, utilizou-se: o modelo de codificação numérica proposto por Guthrie *et al.* (1999) e uma matriz de elementos de Capital Intelectual de origem social e ambiental elaborada por Silva (2008), subdividida de acordo com a nomenclatura de Capital Intelectual (CI) proposta por Sveiby (1998).

3.1.1 Evidenciação dos elementos do Capital Intelectual de natureza social

A matriz de elementos sociais esta subdividida em três categorias que compõem o Capital Intelectual, distribuídas da seguinte forma: 9 elementos na Competência do Funcionário, 5 elementos na Estrutura Interna e 13 elementos na Estrutura Externa, perfazendo um total de 27 elementos.

Tabela 3: Resultados da Análise dos Elementos de CI de Origem Social

Elementos de Capital Intelectual Social		2003	2004	2005	2006	2007	2008
Competência do funcionário							
1	Educação ou aprendizado social	1	1	1	1	1	1
2	Conhecimento de práticas responsáveis	1	1	1	1	1	1
3	Competências relacionando o trabalho com a Responsabilidade Social	1	1	1	1	1	1
4	Conscientização Social (Voluntariado)	1	1	1	0	1	1
5	Atividades Esportivas	0	0	1	1	1	0
6	Atividades Culturais	1	1	1	1	1	0
7	Atividades Artísticas	1	0	0	0	0	0
8	Atividades de Lazer	1	0	1	1	1	0
9	Qualificação vocacional	1	1	1	1	1	1
Estrutura Interna							
10	Cultura Organizacional Responsável	1	1	1	1	1	1
11	Código de Ética ou de Conduta	1	1	1	1	1	1
12	Integração dos colaboradores	1	1	1	1	1	1
13	Segurança e saúde no trabalho	1	1	1	1	1	1
14	Práticas trabalhistas	1	1	1	0	1	1
Estrutura Externa							
15	Ligação da Marca com a Responsabilidade Social	1	1	1	1	1	1
16	Conscientização social dos Clientes	1	1	1	1	1	1
17	Vinculação do nome ou da imagem com ações sociais	1	1	1	1	1	1
18	Integração e parcerias com a Comunidade	1	1	1	1	1	1
19	Participação em Comunidades Carentes	1	1	1	1	1	1
20	Atividades com povos indígenas	0	0	0	0	0	0
21	Projetos e ações de inclusão social	1	1	1	1	1	1
22	Projetos e ações de valorização da diversidade racial	0	0	0	1	0	0
23	Projetos e ações de incentivo a práticas esportivas	0	0	0	0	0	0
24	Projetos e ações de incentivo a práticas culturais	1	1	1	1	1	1
25	Projetos e ações de incentivo a práticas artísticas	1	1	1	1	1	0
26	Projetos e ações de incentivo a práticas educacionais	1	1	1	1	1	1
27	Projetos e ações de incentivo a práticas de lazer	0	0	0	0	0	0
Total		22	20	22	21	22	18

Fonte: Silva (2008)

Após a análise das evidenciações, colocaram-se os dados em forma de gráfico para visualizar melhor se houve ou não uma evolução ao longo do período, de acordo com as respectivas categorias. O número de elementos evidenciados voluntariamente é considerado significativo, porém não houve uma evolução significativa. A categoria mais evidenciada ao longo dos 6 anos foi a Estrutura Interna, uma vez que com exceção do ano de 2006 todos os elementos que compõem essa categoria foram evidenciados. O diagnóstico da categoria Estrutura Interna como a mais evidenciada vem por confirmar a maneira pela qual a empresa Natura Cosméticos S.A. é administrada, dando ênfase a cultura organizacional, código de ética e conduta, integração dos colaboradores, segurança e saúde no trabalho e as práticas trabalhistas, partindo de dentro para fora da Organização, conforme Gráfico 1.

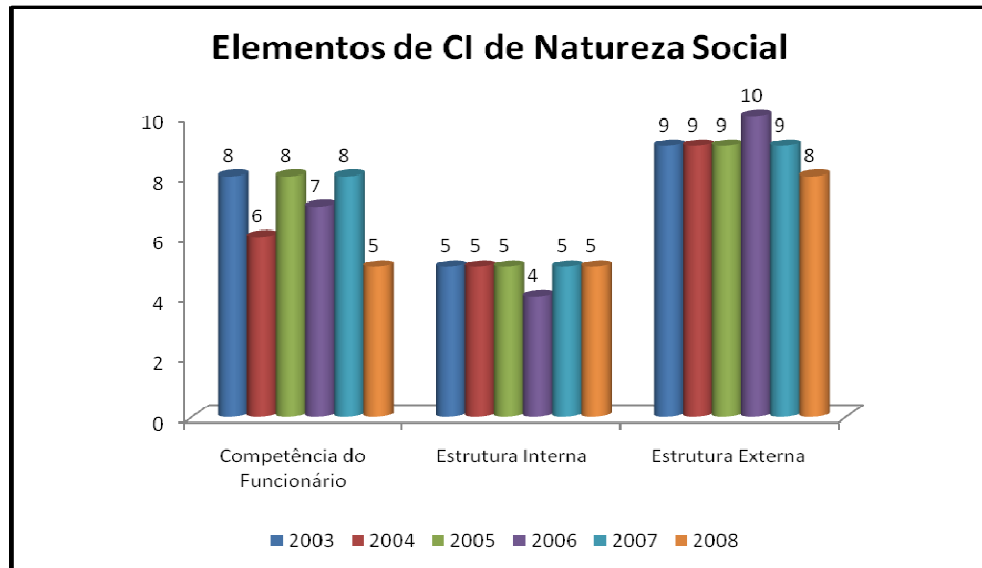


Gráfico 1 – Evidenciação dos elementos de CI de natureza social por categoria.
Fonte: Elaborado pela autora.

O Gráfico 2 demonstra uma suposta evolução dos elementos de forma geral sem considerar as categorias, permanecendo uma sutil variação ao longo do período analisado. Percebe-se que não houve uma evolução quanto à evidenciação dos elementos, por mais que haja uma evidenciação significativa dos elementos de CI desde 2003. A Empresa não se mostrou muito preocupada com relação à divulgação de novos elementos, percebe-se uma constância (repetição) de evidenciação dos mesmos elementos ao longo dos anos; ou seja, durante o período investigado a empresa Natura Cosméticos S.A. evidenciou, basicamente, os mesmos elementos. Talvez esta atitude possa significar certa falta de preocupação da empresa analisada em evoluir suas evidenciações.

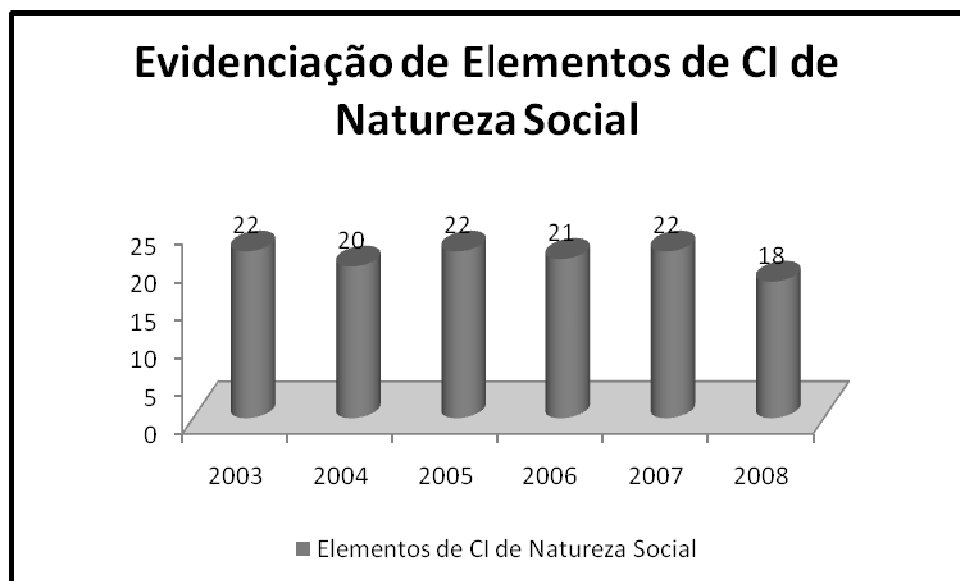


Gráfico 2 – Evidenciação dos elementos de CI de natureza social
Fonte: Elaborado pela autora

Dentre os elementos evidenciados, todos foram classificados na forma narrativa. Para ilustrar algumas evidenciações, a seguir serão reproduzidos trechos referentes às informações retiradas dos RAs da empresa Natura Cosméticos S.A.

Com o intuito de facilitar a identificação dos recursos intangíveis, nos exemplos abaixo, as palavras-chave serão salientadas em negrito e em negrito.

Durante a leitura dos Relatórios, fica nítida a preocupação que a empresa Natura Cosméticos S.A. tem com relação à qualificação vocacional de seus colaboradores, investindo significativamente em treinamentos, buscando garantir um resultado positivo para seus clientes. O sucesso nas vendas está totalmente ligado aos seus colaboradores/consultoras, pois esses trabalham de forma direta com o consumidor, pelo fato de a empresa atuar no setor de venda direta. A quantidade de investimento em qualificação vocacional se dá justamente porque é por intermédio de suas consultoras e de seus consultores que a Natura conseguirá transmitir sua imagem, como se depreende do Relatório Anual:

Outro ponto alto do ano foi o crescimento de 28,5% no investimento em **Educação e Aprendizagem**, na operação Brasil. A Natura tem como política fornecer formação técnica para exercício das funções e apoiar o desenvolvimento pessoal e profissional de seus colaboradores. Em 2006, atingimos a média anual de 111 horas de **treinamento** por colaborador, muito superior à meta mínima de 40 horas (Relatório Anual de 2006 p.51).

Observa-se em seus relatórios anuais a abordagem de programas nos quais seus colaboradores atuam voluntariamente, buscando incentivar a comunidade à inclusão social por meio da inserção em unidades escolares. Essas divulgações vinculam-se ao elemento Conscientização Social (Voluntariado), como se depreende da seguinte afirmação:

Temos ainda um desafio interno de aproximar nossos colaboradores das comunidades do entorno. Nosso **programa de voluntariado** está voltado para esse fim. Em 2007, contamos com a participação de **77 colaboradores voluntários**, que atuaram em instituições de ensino de Itapeverica da Serra e de Cajamar (Relatório Anual 2007 p.36).

Outro destaque é a importância que a organização demonstra com relação à ligação da marca com a responsabilidade social, a vinculação do nome ou da imagem com ações sociais, e a cultura organizacional responsável, segundo o Relatório Anual:

Respalhada pelo reconhecimento vindo de consumidores e Consultoras, diretamente ligado aos valores assumidos e disseminados pela companhia, a Natura ostenta posição de destaque entre as **marcas** mais admiradas, [...] os consumidores destacam atributos como confiança, qualidade, criatividade e tecnologia, além de considerar a Natura uma empresa positivamente identificada com o Brasil [...], contribuindo para o desempenho dos negócios e impulsionando a força da **marca** Natura (Relatório Anual 2003 p. 29).

Cumprido salientar que dentre os elementos não evidenciados durante o período analisado estão as atividades com povos indígenas, projetos e ações de incentivos a práticas esportivas e projetos e ações de incentivos a práticas de lazer. Observe-se que a empresa Natura Cosméticos S.A. não desenvolve atividades com povos indígenas, mas reconhece e respeita as diferentes culturas e os direitos dos grupos socioculturais presentes no território nacional (Relatório Anual, 2005 p.102).

É possível perceber que no relatório anual de 2008 houve uma redução quanto às evidenciações de CI de natureza social. A empresa procurou abordar questões até então não abordadas em relatórios anteriores. Acredita-se que a crise econômico-financeira mundial tenha interferido na elaboração desse relatório, direcionando sua abordagem a assuntos de natureza econômica e financeira. Pode-se talvez caracterizar o relatório de 2008 como um fato isolado, por isso seria necessário/interessante a continuação desse estudo.

3.1.2 Evidenciação dos elementos do CI de natureza ambiental

A matriz de elementos ambientais também se encontra subdividida em três categorias que compõem o CI distribuído da seguinte forma: 4 elementos na Competência do Funcionário, 2 elementos na Estrutura Interna e 5 elementos na Estrutura Externa, totalizando 11 elementos.

Tabela 4: Resultados da Análise dos Elementos de CI de Origem Ambiental

Elementos de Capital Intelectual Ambiental		2003	2004	2005	2006	2007	2008
Competência do funcionário							
1	Educação ou aprendizado ambiental	1	1	1	1	1	1
2	Conhecimento de práticas de responsabilidade ambiental	1	1	1	1	1	1
3	Competências relacionando o trabalho com a Responsabilidade Ambiental	1	1	1	1	1	1
4	Conscientização Ambiental	1	1	1	1	1	1
Estrutura Interna							
5	Processos de Gestão Sustentáveis	1	1	1	1	1	1
6	Processos de Capitação e Minimização da emissão de resíduos (Reciclagem)	1	1	1	1	1	1
Estrutura Externa							
7	Ligação da Marca com a Responsabilidade Ambiental	1	1	1	1	1	1
8	Conscientização ambiental dos Clientes	1	1	1	1	1	1
9	Vinculação do nome ou da imagem com ações ambientais	1	1	1	1	1	1
10	Integração e parcerias com a Comunidade	1	1	1	1	1	1
11	Postura sustentável	1	1	1	1	1	1
Total		11	11	11	11	11	11

Fonte: Silva (2008)

Observa-se no Gráfico 3 que todas as categorias obtiveram 100% dos elementos evidenciados, refletindo em um gráfico constante durante o período analisado.

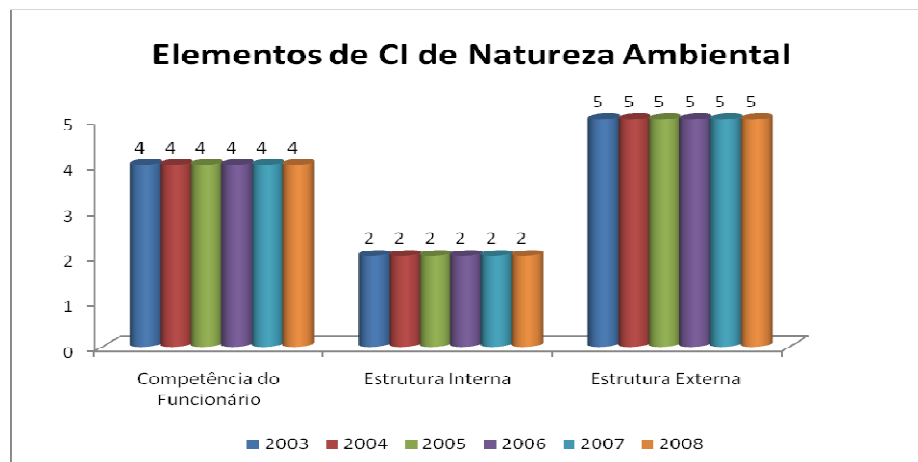


Gráfico 3 – Evidenciação dos elementos de CI de natureza ambiental por categoria.

Fonte: Elaborado pela autora.

Todos os elementos constantes nesta matriz foram evidenciados de forma narrativa.

Isso demonstra o grau de preocupação que a empresa pesquisada tem com relação às questões ambientais, visto que todos os elementos analisados, foram evidenciados equitativamente ao longo dos 06 anos, não sendo possível observar uma evolução, e sim obter um gráfico constante, conforme propõe o Gráfico 4.

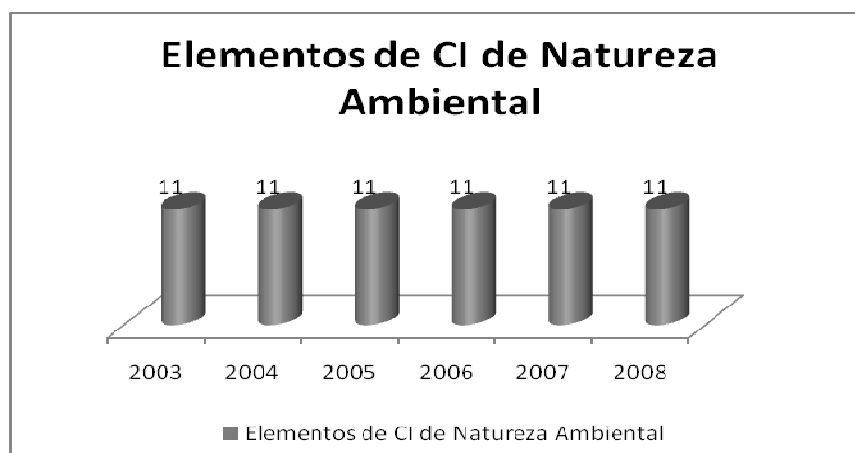


Gráfico 4 – Evidenciação dos elementos de CI de natureza ambiental
Fonte: Elaborado pela autora.

O resultado da evidenciação desses elementos já era esperado, devido à correlação que a organização faz da sua marca com suas ações ambientais. É forte a política de gestão que a Natura tem com o meio ambiente, investindo em projetos ambiciosos.

A menção por parte da empresa Natura Cosméticos S.A. no sentido de retratar a vinculação de sua Marca com a Responsabilidade Ambiental equivale ao elemento Ligação da Marca com a Responsabilidade Ambiental. Dessa forma a Empresa menciona em seu RA a existência desse vínculo entre a responsabilidade sócio-ambiental e a sua marca:

Nosso desejo de disseminar o conceito de Bem Estar Bem e a visão de tornar a Natura uma marca de expressão mundial, identificada com a comunidade das pessoas que se comprometem com a construção de um mundo melhor através da melhor relação consigo mesmas, com o outro e com a natureza da qual fazem parte, exigem de nós ousadia e determinação. É com esse espírito que definimos a nossa estratégia de forte crescimento (Relatório Anual de 2006, p. 9).

Embasado nos resultados acima, confirma-se a mensagem que a presidência descreve em seus Relatórios Anuais: “[a] Natura, por seu comportamento empresarial, pela qualidade das relações que estabelece e por seus produtos e serviços, será uma marca de expressão

mundial, identificada com a comunidade das pessoas que se comprometem com a construção de um mundo melhor através da melhor relação consigo mesmas, com o outro, com a Natureza da qual fazem parte, com o todo” (Relatório Anual de 2006, p.13).

3.2 MANIFESTAÇÕES/DEPOIMENTOS SOBRE OS RECURSOS INTANGÍVEIS

Ao analisar os RAs, encontraram-se depoimentos/manifestações sobre a importância dos recursos intangíveis para a empresa analisada. O Quadro 3 apresenta o resultado encontrado na pesquisa sobre essa abordagem.

ANO	Quantidade de Depoimentos no ano
2003	0
2004	0
2005	1
2006	1
2007	1
2008	1

Quadro 3: Depoimentos/Manifestações sobre os recursos intangíveis da empresa Natura ao longo dos anos.
Fonte: Elaborado pela autora.

O termo intangível começou a aparecer nos RAs a partir de 2005, principalmente nas Demonstrações Contábeis na forma de Notas Explicativas. Percebe-se que a ênfase dada ao termo intangível não é tão destacada nos RAs. Por outro lado, esse termo está cada vez mais evidente na forma subjetiva, demonstrando ser um fator importante no grande desempenho que a empresa Natura Cosméticos S.A. vem conquistando a cada ano, com inúmeros prêmios e reconhecimentos pela eficiência do seu trabalho, realizado durante toda a sua trajetória.

Para ilustrar os depoimentos/manifestações sobre os Recursos Intangíveis, serão reproduzidos, a seguir, trechos referentes às informações retiradas nos RAs da empresa Natura Cosméticos S.A.

Prêmios/Reconhecimentos: A empresa Natura recebeu o reconhecimento “Intangíveis do Brasil – PIB”, pela Revista Fator Brasil - Entre as 50 melhores empresas em Gestão de Intangíveis (Relatório Anual, 2007, p. 11).

A marca Natura é a tradução da essência da empresa e expressa os conceitos contidos em nossa Razão de Ser, em nossa Visão e em nossas Crenças. Maior ativo intangível da companhia, a marca Natura desempenha papel relevante na estratégia de internacionalização que estabelecemos. Por isso, cuidados especiais são dispensados ao seu fortalecimento e às iniciativas que a tornem conhecida em outros mercados (Relatório Anual, 2005, p.56).

De acordo com o exposto, fica nítida a postura que a empresa Natura Cosméticos S.A. vem adotando em relação a sua estrutura organizacional, buscando elevar sua marca entre as melhores do mundo, reconhecendo a sua expressão diante de um mercado tão competitivo.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS E SUGESTÕES PARA FUTUROS TRABALHOS

O presente estudo analisou a evidenciação voluntária dos elementos de CI de natureza social e ambiental da Empresa Natura Cosméticos S.A. evidenciados nos Relatórios Anuais do período de 2003 a 2008. Para atingir seus objetivos, a pesquisa (i) extraiu dos Relatórios Anuais, de 2003 a 2008, a evidenciação das informações relativas aos elementos de Capital Intelectual de natureza social e ambiental por meio da técnica da análise de conteúdo; (ii) investigou a natureza da evidenciação do CI de natureza social e ambiental; (iii) analisou a evolução da evidenciação ao longo do período analisado (análise longitudinal); e (iv) identificou os depoimentos/manifestações sobre os recursos intangíveis.

A pesquisa aponta a predominância da evidenciação pela forma narrativa dos elementos de CI com abordagem qualitativa. Os resultados confirmaram o esperado sobre a significância da evidenciação voluntária dos elementos de CI de natureza social e ambiental da empresa pesquisada. É importante ressaltar que todos os elementos de CI de natureza ambiental foram evidenciados ao longo dos 6 anos, mantendo-se numa trajetória constante.

Com relação aos elementos de CI de natureza social, a categoria Estrutura Interna foi a mais evidenciada confirmando a maneira pela qual a empresa Natura Cosméticos S.A. vem sendo administrada, dando ênfase à cultura organizacional, ao código de ética e à conduta, à integração dos colaboradores, à segurança e à saúde no trabalho e às práticas trabalhistas, partindo de dentro para fora da Organização.

A Empresa Natura Cosméticos S.A utiliza em sua gestão uma política de sustentabilidade, equilíbrio entre o econômico, social e ambiental, vinculando assim sua marca a suas ações. Foi diagnosticada uma “falha” da empresa com relação à evolução das evidenciações dos elementos de natureza social: a Empresa não se mostrou preocupada em evidenciar elementos diferentes ao que ela já havia evidenciado em Relatórios Anuais anteriores, e sim enfatizar cada vez mais os elementos já mencionados.

A Empresa Natura Cosméticos S.A possui hoje uma das marcas mais valiosas do País. Não houve em seus RAs uma grande correlação entre seus elementos de CI e seu valor de mercado, o termo intangível aparece com pouca ênfase em seus relatórios. Por outro lado, esse termo está cada vez mais evidente na forma subjetiva por meio dos elementos de CI.

A revisão teórica apresentada possibilitou a reflexão sobre a perspectiva do conceito de Capital Intelectual pela ótica da Responsabilidade Sócio-Ambiental e a evidenciação voluntária dos elementos de CI, permitindo conciliar essas três abordagens diante da atual necessidade competitiva da Empresa.

A delimitação deste estudo está relacionada à análise do período. A princípio, seriam analisados os RAs de 2000 a 2008, mas, como a empresa analisada não disponibilizou em tempo hábil esse material de 2000, 2001 e 2002, o presente trabalho ficará restrito ao período de 2003 a 2008.

Em decorrência da delimitação do período investigado nesta pesquisa, sugere-se a continuidade deste estudo. O fato de não ter conseguido incluir dados do período de 2000 a 2002 pode ter “mascarado” uma possível evolução quanto à evidenciação dos elementos, assim como a análise do ano de 2008 pode ter sido um caso isolado diante da crise econômico-financeiro que abalou as estruturas das grandes organizações.

REFERÊNCIAS

- ANDRADE, M. M. de. **Como preparar trabalhos para cursos de pós-graduação: noções práticas**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.
- ANTUNES, M. T. P.; MARTINS, E. **Gerenciando o Capital Intelectual: uma proposta baseada na controladoria de grandes empresas brasileiras**. Revista de Administração Eletrônica da UFRGS (READ), Porto Alegre, edição nº 55, Vol. 13, Jan/Abri. 2007.
- ASHLEY, P. A. (coord.). **Ética e Responsabilidade Social nos Negócios**. 2ª ed. São Paulo: Saraiva, 2005.
- BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: edições 70, 2004.
- BEUREN, I. **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: Teoria e Prática**. São Paulo: Atlas, 2003.
- BONTIS, N. Intellectual Capital: an exploratory study that develops measures and models. **Management Decision**, v. 36, n. 2, p. 63-76, 1998.
- BOVESPA. **Bolsa de Valores de São Paulo**. Disponível em: <<http://www.bovespa.com.br/Principal.asp>>. Acesso em 10 out. 2008.
- BRENNAN, N.. Reporting intellectual capital in annual reports: Evidence from Ireland. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**. Bradford: 2001. Vol. 14, N. 4; p. 423-437
- BROOKING, A. **Intellectual capital: core asset for the third millennium enterprise**. Boston, Thomson Publishing, 1996.185 p.
- CARVALHO, F. N. de; ENSSLIN, S. R.; IGARASHI, D. C. C. **Evidenciação Voluntária do Capital Intelectual no Contexto Brasileiro: Cotejamento com os Contextos Internacional e Australiano**. In: ENANPAD, 30, 2006, Curitiba. Anais... Salvador: ANPAD, 2006. CD-ROM.
- CARVALHO, F. N. **Voluntary disclosure of intellectual capital in the Brazilian context: an investigation informed by the international context**. International Journal Accounting, Auditing and Performance Evaluation, Vol. 4, pg. 478-500, 2007.
- CERVO, A. L.; BERVIAN, P. A. **Metodologia Científica: para uso dos estudantes universitários**. 3.ed. São Paulo : McGraw-Hill do Brasil, 1983.
- CHEN GOH, P.; PHENG LIM, K. Disclosing intellectual capital in company annual reports: Evidence from Malaysia. **Journal of Intellectual Capital**. Bradford: 2004. Vol. 5, N. 3; p. 500-511.
- CUNHA, J. H. C. **A contabilidade e o real valor das empresas: foco no capital intelectual**. In: Congresso USP de Controladoria e Contabilidade. 6., 2006, São Paulo. *Anais...* São Paulo: FEA/USP, 2006. CD-ROM.

EDVINSSON, L.; MALONE, M. S. **Capital Intelectual**: Descobrimo o valor real de sua empresa pela identificação de seus valores internos. São Paulo: Makron Books, 1998.

ENSSLIN, S. R.; CARVALHO, F. N. **Voluntary disclosure of intellectual capital in the Brazilian context: an investigation informed by the international context**. International Journal Accounting, Auditing and Performance Evaluation, Vol. 4, pg. 478-500, 2007.

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

ENSSLIN, S. R.; SCHNORRENBERGER, D.; ROSA, F. S. Participação em banca de Geovana Carolina Rottini. **Um Estudo Empírico sobre a Evidenciação do Capital Intelectual, nos Relatórios da Administração das Entidades com maior Capital Social, listadas na BOVESPA nos anos de 2005 e 2006**. Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Contábeis) - Universidade Federal de Santa Catarina.

FACHIN, O. **Fundamentos de Metodologia**. 4ª edição. São Paulo: Saraiva, 2005.

FILHO, F. F. D. da S. **Responsabilidade Socioambiental como Paradigma Contemporâneo**. In: Encontro Nacional Sobre Gestão Empresarial e Meio Ambiente - IX Engema. Curitiba, 2007.

GALBRAITH, J. K. **A Sociedade Justa: Uma Perspectiva Humana**. Rio Janeiro.Campus,1996. 176p.

GUTHRIE, J.; PETTY, R.; FERRIER, F.; WELLS, R. **There is no accounting for intellectual capital in Australia: review of annual reporting practices and internal measurement of intangibles within Australian organization**. International Symposium of Measuring and Reporting Intellectual Capital. Amsterdam, 1999.

Instituto Ehtos. Disponível em: <<http://www.ethos.org.br>> Acesso em: 10 out. 2008.

IUDÍCIBUS, S. **Teoria da contabilidade**. 7ª ed. Atlas, São Paulo: 2004.

IUDICIBUS, S.; LOPES, A. B. **Teoria Avançada da Contabilidade**. Atlas, São Paulo: 2004.

KAPLAN, R. S.; NORTON, D. P. **Mapas Estratégicos**: Convertendo ativos intangíveis em resultados tangíveis. Rio de Janeiro: Campus, 2004.

KINLAW, D. C. (1997). **Empresa competitiva e ecológica**: desempenho sustentado na era ambiental. São Paulo: Makron Books.

KLEIN, D. A. **A gestão estratégica do capital intelectual**: Recursos para a economia baseada em conhecimento. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1998.

KRAEMER, M. E. P. **Contabilidade ambiental como sistema de informações**. **Revista Pensar Contábil do Conselho Regional de Contabilidade do Estado do Rio de Janeiro**. Rio de Janeiro – RJ: ano III, nº 09, p.19-26, ago/out.2000.

KRAEMER, M. E. P. **Responsabilidade social: uma alavanca para sustentabilidade.** Acessado em 20 maio 2005. On-line. Disponível na Internet <http://www.ambientebrasil.com.br/gestao/sustentabilidade.doc>.

LOPES, A. B.; MARTINS, E.. **Teoria da Contabilidade – uma nova abordagem.** Atlas, São Paulo: 2005.

MATOS, B.; ENSSLIN, S.R.; REINA, D.; REINA, D. R. M. **A evidenciação voluntária do capital intelectual de natureza social e ambiental da empresa natura cosméticos s.a. No período de 2003 a 2007.** In: 6 Congresso USP de Iniciação Científica, 2009, São Paulo: Universidade de São Paulo, 2009.

MOUTISEN, J.; BUKH, P. N.; MARR, B. **A Reporting Perspective Intellectual Capital. Cap 5. in MARR, B., Perspectives on Intellectual Capital: multidisciplinary insights into management, measurement and reporting.** Elsevir, 2005.

OTT, E.; BACKES, R. G.; WIETHAEUPER, D. **Informações sobre Capital Intelectual Evidenciadas pelas Companhias Abertas Listadas em Nível 1 de Governança Corporativa da BOVESPA.** In: 5 Congresso USP de Controladoria e Contabilidade, 2005, São Paulo. 5 CONGRESSO USP DE CONTROLADORIA E CONTABILIDADE. São Paulo: Universidade de São Paulo, 2005.

PIACENTINI, N. **Evidenciação contábil voluntária: uma análise da prática adotada por companhias abertas brasileiras.** Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis). 2004. 132f. Universidade do vale do Rio dos Sinos (Unisinos). São Leopoldo, 2004.

PUGLISI, M.L.; FRANCO, B. **Análise de conteúdo.** 2. ed. Brasília: Líber Livro, 2005.

REINA, D.; ENSSLIN, S. R.; BORBA, J. A. **Evidenciação Voluntária do Capital intelectual nos Relatórios da Administração em Empresas do Novo Mercado no ano de 2006.** In: 5th CONTECSI International Conference on Information Systems and Technology Management/FEA-USP, 2008, São Paulo. 5th CONTECSI International Conference on Information Systems and Technology Management, 2008.

REINA, D.; ENSSLIN, S. R.; WEGENER, L. E. **Evidenciação Voluntária do Capital Intelectual nos Relatórios da Administração em Empresas do Setor de Tecnologia da Informação e do Setor de Telecomunicações do ano de 2007.** In: CONTECSI - Congresso Internacional de Gestão de Tecnologia e Sistemas de Informação. 6. 2009, São Paulo. Anais... São Paulo: FEA/USP, 2009.

REZENDE, E. **O livro das competências: desenvolvimento das competências: a melhor auto-ajuda para pessoas, organizações e sociedade.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 2000.

REZENDE, Y. **Informações para negócios: os novos agentes do conhecimento e a gestão do capital intelectual.** Caderno de Pesquisas em Administração, São Paulo, V. 8, nº. 1, Jan/Mar. 2001.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa Social – Métodos e Técnicas.** 3ª ed. Atlas, São Paulo: 1999.

ROCHA, S.; ARRUDA, C. **Aplicação de ferramenta de medição de capital intelectual em uma empresa industrial**. In: ENANPAD, 29., 2005, Brasília. *Anais...* Rio de Janeiro: ANPAD, 2005. CD-ROM.

SCHENINI, P. C. (Org.). **Gestão empresarial sócio-ambiental. Gestão empresarial sustentável**. Florianópolis: (s.n), 2005. 184p.

SEFFERT, M. E. B. **ISO 14001. Sistemas de Gestão Ambiental: Implantação objetiva e econômica**. São Paulo: Atlas, 2005.

SILVA, H. A. S. da. **Evidenciação do Capital Intelectual de Natureza Social e Ambiental: Estudo nos Relatórios Anuais e nos Sites das Empresas Listadas no Programa “Em Boa Companhia” da Bovespa**. 2008. 129f. Monografia (Graduação em Ciências Contábeis) – Curso de Graduação em Ciências Contábeis – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

SOARES, G. M. P. **Responsabilidade Social Corporativa: por uma boa causa?!**. RAE eletrônica, São Paulo, v. 3, n. 2, 2004. Referências adicionais: Brasil/Português; Meio de divulgação: Hipertexto; Homepage: www.rae.com.br; ISSN/ISBN: 1676648.

SOUZA B.; ENSSLIN, S. R.; SCHNORRENBERGER, D.; REINA, D.; ROVER, S. **Um Estudo sobre a Evidenciação de Capital Intelectual nos Relatórios da Administração das 15 Maiores Distribuidoras de Energia Elétrica do Brasil nos anos de 2006 e 2007**. UnB Contábil, v. 11, p. 187-207, 2008.

STEWART, T. A. **Capital Intelectual: A nova vantagem competitiva das empresas**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

SVEIBY, K. E. **The new organizational wealth – management and measuring knowledge-based assets**. São Francisco: Berrtt Koehler Publishers Inc, 1997.

SVEIBY, K. E. **A nova riqueza das organizações**. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

ZANINI, F. A. M.; CALVO, L. C. Mediando el Capital Intelectual de las empresas: propuesta de proxies. **Revista BASE**, São Leopoldo-RS, n. 3, p. 297-310, set./ dez. 2006.