5CONTECSI June 04 - 06, 2008 São Paulo, Brazil

5th International Conference on Information Systems and Technology Management
5º Congresso Internacional de Gestão da Tecnologia e Sistema de Informação
De 04 a 06 de Junho de 2008 - São Paulo - Brasil

PS-883

VOLUNTARY DISCLOSURE OF INTELLECTUAL CAPITAL IN THE ADMINISTRATIVE REPORTS OF THE NEW MARKET COMPANIES IN 2006

Donizete Reina (Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis/SC) – dreina2@hotmail.com
Sandra Rolim Ensslin (Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis/SC) – sensslin@gmail.com
José Alonso Borba (Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis/SC) jalonso@cse.ufsc.br

This paper reports on the results of a study about the voluntary disclosure of Intellectual Capital (IC) elements in the Administrative Reports (ARs) of the 30 largest open companies (social capital), classified as New Market and listed on BOVESPA on 12/31/2006. This is a qualitative, documentary research, relying on secondary data source and adopting the content analysis technique to examine ARs. The following results were obtained: 93% of the companies disclose IC elements; among the most frequently disclosed elements are *Management processes*, *Management philosophy* and *Clients* (90%, 73% and 70%, respectively). The *Internal Capital* category represented 41% of the disclosed elements, followed by *External Capital* (34%), and *Human Capital* (25%). SABESP was the company that disclosed the highest number of IC elements, totaling 16. Narrative was the most recurrent disclosure format, among other results.
Keywords: Intellectual Capital, Voluntary Disclosure, Brazilian Companies of the New Market, BOVESPA, Administrative Reports

EVIDENCIAÇÃO VOLUNTÁRIA DO CAPITAL INTELECTUAL NOS RELATÓRIOS DA ADMINISTRAÇÃO EM EMPRESAS DO NOVO MERCADO NO ANO DE 2006

Esta pesquisa relata os resultados de um estudo sobre evidenciação voluntária dos elementos de Capital Intelectual (CI) nos Relatórios da Administração (RAs) das 30 maiores companhias abertas (capital social), classificadas no Novo Mercado, listadas pela BOVESPA em 31/12/2006. Foi realizada uma pesquisa qualitativa com fonte de dados de natureza secundária; a pesquisa é documental e adota a técnica de análise de conteúdo dos RAs. Foram observados os seguintes resultados: 93% das empresas evidenciam elementos de CI; elementos como *Processos gerenciais, Filosofia gerencial* e *Clientes* lideram a freqüência de evidenciação, com 90%, 73% e 70%, respectivamente. A categoria *Capital Interno* teve a maior representatividade, com 41%, seguida do *Capital Externo*, com 34%, e *Capital Humano*, com 25%. A companhia SABESP foi à empresa com maior número de elementos de CI divulgados, num total de 16. Quanto à forma de divulgação, a que acabou prevalecendo foi a forma narrativa, entre outros resultados.
Palavras-Chave: Capital Intelectual, Evidenciação Voluntária, Empresas Brasileiras do Novo Mercado, BOVESPA, Relatórios da Administração.

1 INTRODUÇÃO

O nível de competitividade entre as organizações tem se mantido constante, exigindo das empresas uma nova postura quanto ao tratamento das atividades e elementos que agregam maior valor às mesmas. Para Patrocínio, Kayo e Kimura (2007), Perez e Famá (2006) e Carvalho e Ensslin (2006), a literatura tem destacado o capital intelectual como um agente que agrega valor às organizações. A crescente atenção dispensada às fontes de conhecimento na criação de valor tem exigido novas estruturas para relatar o desempenho organizacional. Entretanto, a maioria dessas fontes não são relatadas em balanços tradicionais. Isso tem, por sua vez, criado uma lacuna informacional no mercado, e cada vez mais investidores estão demandando a divulgação voluntária dessas fontes de conhecimento a fim de preencher essa lacuna (MOUTISEN, BUKH e MARR, 2005). Nesse sentido, tornou-se necessário que as empresas evidenciem seu capital intelectual. Moutisen, Bukh e Marr (2005) apresentam alguns dos principais motivos que justificam a necessidade crescente em relatar informações sobre o capital intelectual. A primeira é que, se informações sobre capital intelectual não forem evidenciadas, isso poderá prejudicar os acionistas minoritários, principalmente pelo fato deles não terem livre acesso aos intangíveis das empresas. A segunda é que poderia ocorrer um comércio entre os gestores ("Insider trading") com intuito de explorarem informações "privilegiadas" da empresa. O terceiro ponto estaria ligado à liquidez do mercado de ações e demanda crescente pelos títulos de crédito da empresa advindo de uma maior divulgação dos intangíveis. O quarto ponto diz que, não havendo essa divulgação, aumenta o perigo de estimações imprecisas para os investidores e bancos, representando assim, um risco mais auto para essas instituições. O quinto ponto diz respeito ao aumento no custo de capital em razão do nível de risco mais altos atribuído à empresa.

Na visão de Piacentini (2004, p. 51) "As evidenciações voluntárias são meios utilizados pelos investidores para analisar as estratégias e os fatores críticos de sucesso da companhia, tanto no ambiente em que as mesmas estão inseridas, como sob o aspecto competitivo do cenário econômico". A deliberação 29/86 da CVM acrescenta que "as empresas precisam dar ênfase à evidenciação de todas as informações que permitem a avaliação da sua situação patrimonial (...) (p.03)".

Segundo um estudo feito pelo FASB nos Estados Unidos (*apud* Piacentini, 2004, p. 53), descobriu-se que:

> . muitas companhias têm a iniciativa de fazer evidenciações voluntárias; freqüentemente, uma grande quantidade de informações de negócios que aparecem pode ser utilizada como um meio de comunicação de informações para os investidores;
> . *evidenciações* voluntárias sobre assuntos que são importantes para sucessos individuais de companhias são muito úteis, particularmente *evidenciações* de conceitos de gestão de companhias, "fatores críticos de sucesso" e tendências que norteiam esses fatores;
> . dados adicionais sobre o valor dos intangíveis poderiam ser benéficos, em função da importância do valor dos intangíveis para as companhias;
> . embora muitas companhias estejam procurando munir-se de informações para o futuro, há espaço para melhorar, ampliando significativamente esse aspecto;
> . evidenciações voluntárias não deveriam somente disseminar boas novas, mas também fatores negativos. As evidenciações são muitos úteis para relatar previamente planos, metas e os resultados atingidos nas reuniões das companhias;
> . os indicadores usados pelas companhias para gerenciar operações e dirigir negócios estratégicos são freqüentemente utilizados nas evidenciações voluntárias;
> . as companhias são encorajadas a continuar melhorando seus relatórios de negócios, a experimentar que tipos de informações devem ser evidenciadas e as formas nas quais as informações são evidenciadas.

Verificado a importância e necessidade da evidenciação voluntária, ressalta-se que as informações para este estudo serão extraídas dos Relatórios da Administração (RA) das empresas definidas na amostra (Tabela 1). O relatório da administração, na visão de IUDÍCIBUS, MARTINS e GELBCKE (2007, p. 505), "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". Neste contexto o RA oferece informações adicionais e complementares às demonstrações financeiras de uma entidade, de tal forma a permitir a realização de projeções das tendências futuras da mesma. Dessa forma, justifica-se a utilização desse demonstrativo como fonte de informações.

As companhias consideradas para esta análise são as pertencentes ao Novo Mercado que, segundo a Bolsa de Valores de São Paulo (BOVESPA): "é um segmento de listagem destinado à negociação de ações emitidas por companhias que se comprometam, voluntariamente, com a adoção de práticas de governança corporativa adicionais em relação ao que é exigido pela legislação" (disponível em http://www.bovespa.com.br/home/redirect.asp?end=/Empresas/NovoMercadoNiveis/NovoMercado.asp). Este novo segmento tem como premissa básica a qualidade das informações prestadas pelas companhias e o grau de segurança oferecido pelos direitos concedidos aos acionistas, o que vem por promover a valorização e a liquidez das ações. Os autores da presente pesquisa acreditam que as empresas pertencentes ao Novo Mercado apresentam melhores níveis de evidenciação contábil, visto que apenas fazem parte deste segmento companhias que se comprometem, entre outras práticas, com a melhoria na prestação de informações ao público. No contexto da prestação de informações aos investidores quanto às atividades e elementos que agregam maior valor a organização e na premissa de que, uma maior evidenciação de informações sobre Capital Intelectual pelas empresas pode vir a cativar mais investidores, emerge a pergunta de pesquisa que orienta este trabalho: Qual é o comportamento das companhias brasileiras pertencentes ao Novo Mercado em relação à evidenciação de seu Capital Intelectual nos Relatórios da Administração?

Com vistas a responder à pergunta de pesquisa proposta pelos autores do trabalho, o objetivo geral da investigação pode ser definido como se segue: investigar as formas de divulgação do Capital Intelectual, por empresas brasileiras pertencentes ao Novo Mercado, nos Relatórios de Administração. Esta pesquisa busca analisar, dentre as empresas da amostra, quais empresas estão divulgando seus elementos de capital intelectual de forma voluntária. A pesquisa se propõe ainda a fazer uma análise sobre quais elementos de capital intelectual têm maior representatividade em níveis de evidenciação para as companhias.

Observe-se que atrair investidores é um dos grandes desafios enfrentados pelas companhias no mercado de capitais. A captação de investidores pode ser alcançada por meio da geração de credibilidade, e, conseqüente aumento da confiança de acionistas e futuros investidores nas ações desenvolvidas pela companhia, o que acredita-se ser possível por meio da evidenciação do Capital Intelectual nos RAs; justificando, assim, a realização deste estudo.

Este trabalho está estruturado em quatro seções. Após esta seção de caráter introdutório, a seção 2 apresenta a metodologia empregada na coleta e análise dos dados; a seção 3 apresenta os resultados do estudo por meio da "técnica de análise de conteúdo"; a seção 4 apresenta as conclusões finais sobre os resultados alcançados, bem como as recomendações para futuras pesquisas, e finalmente, são apresentadas as referências.

2 METODOLOGIA

Inicialmente será realizado um estudo bibliográfico para conceituar os termos a serem tratados no estudo. Gil (1999) argumenta que o estudo bibliográfico parte da análise de material já tornado público como livros, revistas e artigos científicos. A natureza desta pesquisa é descritiva quanto aos objetivos, uma vez que focaliza a investigação das formas de divulgação do Capital Intelectual, por empresas brasileiras pertencentes ao Novo Mercado, nos Relatórios de Administração. De acordo com Gil (1996, p. 46) este tipo de estudo "tem como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis". A pesquisa descritiva tende a proporcionar maior clareza sobre o problema estudado: aqui, esclarecendo a forma de divulgação do CI pelas empresas brasileiras. Esta pesquisa é um estudo qualitativo no que diz respeito à forma de abordagem do problema. Segundo Richardson (1999), os estudos qualitativos se caracterizam pelo não emprego de instrumentos estatísticos na coleta, bem como na apuração dos resultados. Neste trabalho, a abordagem qualitativa se dá por meio da leitura e interpretação das sentenças dos RAs e, apesar de haver a contagem numérica das empresas que evidenciam o Capital Intelectual, esta pesquisa é classificada somente como qualitativa porque tem como objetivo a interpretação dos dados obtidos no decorrer do trabalho e a geração de conhecimento sobre a amostra investigada.

Para este estudo, será adotada a técnica de análise de conteúdo, uma vez que será analisado o conteúdo dos relatórios da administração das empresas listadas na página eletrônica da BOVESPA (disponível em www.bovespa.com.br), classificadas como empresas do Novo Mercado. "A análise de conteúdo é um conjunto de técnicas de análise das comunicações", segundo Bardin (1979, p. 31). Corroborando essa idéia, Berelson (1954 *apud* Richardson, 1999, p. 223) explica que a análise de conteúdo "é uma técnica de pesquisa para descrição objetiva, sistemática e quantitativa do conteúdo manifesto na comunicação". Ainda nesse sentido, Yin (2004, p. 137) argumenta que "a análise de dados consiste em examinar, categorizar, classificar em tabelas, testar ou, do contrário, recombinar as evidências quantitativas e qualitativas para tratar proposições iniciais de um estudo". Este estudo se caracteriza como documental (relatórios da administração), incorporando abordagem qualitativa com fonte de documentação secundária. Conforme Richardson (1999, p. 253), documentação secundária "(...) é aquela que não tem relação direta com o acontecimento registrado, senão através do elemento intermediário"; no caso do presente estudo, os relatórios da administração serviram como fonte de documentação.

Para a condução deste estudo, será utilizado o modelo de classificação de capital intelectual (CI) proposto por Sveiby (1997) e a codificação numérica proposta por Guthrie *et al* (1999). Quanto às limitações deste estudo, destaca-se que o mesmo não é passível de generalizações. Outra limitação seria o critério de definição da amostra, pois foram selecionadas empresas com maior capital social em função de um dado período (exercício de 2006). Ainda outra limitação seria a escolha apenas das empresas classificadas no Novo Mercado.

2.1 Universo e Amostra

Na data da pesquisa, 13 de outubro de 2007, existiam 84 empresas classificadas no Novo Mercado, disponíveis no endereço eletrônico da Bolsa de Valores de São Paulo (BOVESPA). Desse universo, foi extraída uma amostra intencional e não-probabilística, utilizando como critério para extração o capital social – foram selecionadas 30 (trinta) empresas com o maior capital social. As empresas da amostra se encontram na Tabela 1. Os valores atribuídos às respectivas empresas estão representados em milhares de reais.

Tabela 1. Empresas da amostra

Nº	Nome	Capital Social (R$)	Nome	Capital Social (R$)	Nº
1	BCO DO BRASIL	12.710.692.615,95	MRV	1.321.146.111,30	16
2	EMBRAER	4.785.538.480,31	GAFISA	1.220.541.918,63	17
3	CPFL ENERGIA	4.734.789.799,45	COSAN	1.192.691.905,70	18
4	SABESP	3.403.688.565,23	MARFRIG	1.183.825.551,00	19
5	ENERGIAS BR	3.182.715.954,12	BR MALLS PAR	1.174.842.196,23	20
6	COPASA	2.632.241.668,40	GUARANI	1.151.813.814,54	21
7	TRACTEBEL	2.445.766.091,90	MMX MINER	1.142.804.167,04	22
8	SPRINGS	2.420.956.798,68	BRASCAN RES	1.066.278.474,00	23
9	NOSSA CAIXA	2.251.688.193,53	GRENDENE	964.584.197,90	24
10	LIGHT	2.138.506.716,45	INVEST TUR	945.101.000,00	25
11	JBS	1.945.580.962,12	AGRA INCORP	836.434.233,13	26
12	PERDIGÃO	1.600.000.000,00	PORTO SEGURO	800.000.000,00	27
13	GVT HOLDING	1.366.118.806,00	INPAR S/A	785.915.254,00	28
14	WEG	1.360.500.000,00	EZTEC	724.069.641,00	29
15	CYRELA REALT	1.356.156.828,35	JHSF PART	705.758.444,30	30

Fonte: Bolsa de Valores de São Paulo - BOVESPA

2.2 Análise de Conteúdo dos Relatórios de Administração

Para a análise do conteúdo dos relatórios da administração das empresas contidas na amostra, foi adotado um sistema de códigos numéricos proposto por Guthrie *et al* (1999), que utiliza uma escala de 0 a 3. O mesmo sistema foi utilizado em estudos semelhantes na Austrália e no contexto brasileiro (Carvalho, Ensslin e Igarashi, 2006). Esses códigos numéricos seguem descritos abaixo. Ressaltando que essa codificação foi uma forma de facilitar o processo de extração dos dados e fazer a relação entre os códigos e seus significados (conforme Quadro 1), com as informações textuais analisadas nos relatórios da administração.

- 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

Fonte: Adaptado de Guthrie *et al* (1999 *apud* Carvalho, Ensslin e Igarashi, 2006, p. 4).

Quadro 1 – Sistema de codificação numérica adotado

Todos os itens descritos no Quadro 1 fazem referência à identificação ou não de elementos de capital intelectual nos relatórios da administração. O parâmetro utilizado quanto aos itens de elemento de capital intelectual a serem verificados e identificados

foram os propostos por Sveiby (1997), descritos na Tabela 2. Nessa tabela, os elementos estão dispostos em 3 (três) categorias maiores, a saber: *Capital interno*, *Capital externo* e *Competências dos funcionários*. O *Capital interno* está subdividido em: Propriedade intelectual e Recursos de infra-estrutura. O *Capital externo* subdivide-se em Marcas, Clientes, entre outros. Por fim, a categoria *Competências dos funcionários* está subdividida em: *Know-how*, Educação, Qualidade Vocacional, entre outros. Todos os itens que serão verificados nos relatórios somam um total de 24 (vinte e quatro), conforme descritos na Tabela 2.

A coleta de dados para este estudo foi realizada através da leitura dos relatórios e os dados apurados foram registrados utilizando a matriz adotada para esse fim (Tabela 2). Quando os elementos não foram identificados nos relatórios, acrescentou-se à célula o código "0"; quando ocorreu o contrário, acrescentou-se o código "1". Para exemplificar esse procedimento, veja o caso da empresa 1, identificada como BANCO DO BRASIL. Como pode ser observado na coluna 1 (referente a essa empresa), o código 1 foi sinalizado 5 (cinco) vezes, o que significa que 5 elementos de Capital Intelectual foram identificados no relatório. Na seqüência, é demonstrado o processo de extração desse código 1 na intersecção com o elemento – *Filosofia gerencial*. O relatório de administração de 2006 do BANCO DO BRASIL, na página 8, apresenta a seguinte declaração: "*Em 2006, o Banco do Brasil aderiu ao Novo Mercado da Bovespa – um marco na história da Empresa. O contrato, que celebrou a participação do Banco no mais rigoroso segmento de listagem da Bolsa de São Paulo, reforça seu compromisso com as melhores práticas de governança corporativa. Nesse contrato, entre outros compromissos, o Banco, o Acionista Controlador, os Administradores e os membros do Conselho Fiscal comprometeram-se a resolver toda e qualquer disputa ou controvérsia relacionada ao Regulamento de Listagem do Novo Mercado por meio da Câmara de Arbitragem do Mercado da Bovespa, conforme cláusula do Estatuto Social do Banco do Brasil"*. Como pode ser visto, o elemento *Filosofia gerencial* se fez presente, na empresa, motivo que levou os pesquisadores a assinalá-lo na matriz.

Tabela 2 - Matriz desenhada para análise de conteúdo dos relatórios da administração

		1	2	3	4	... 30	Total	%
	Capital Intelectual							
1	Capital Interno							
1.1	Propriedade intelectual							
1.1.1	Patentes	0	0	0	0	0	0	0%
1.1.2	Direitos Autorais	0	0	0	0	0	0	0%
1.1.3	Marcas registradas	0	0	0	0	0	1	3%
1.2	Recursos de infra-estrutura							
1.2.1	Filosofia gerencial	1	0	0	1	1	22	73%
1.2.2	Cultura corporativa	1	1	1	1	0	14	47%
1.2.3	Processos gerenciais	0	1	0	1	1	26	87%
1.2.4	Sistemas de informações	0	0	1	1	0	10	33%
1.2.5	Sistemas de relacionamentos	1	0	1	1	0	4	13%
1.2.6	Relações Financeiras	0	0	0	0	0	0	0%
2	Capital Externo							
2.1	Marcas	0	0	0	0	0	4	13%
2.2	Clientes	1	0	0	1	0	14	47%
2.3	Fidelidade de clientes	0	0	1	1	0	4	13%
2.4	Nome da companhia	0	0	0	1	0	4	13%
2.5	Canal de distribuição	0	0	0	0	0	10	33%
2.6	Colaboração dos negócios	0	0	0	0	0	4	13%
2.7	Acordo licenciado	0	0	0	0	0	0	0%
2.8	Contrato favorável	0	0	0	1	0	5	17%
2.9	Acordo de franchising	0	0	0	0	0	0	0%
3	Competência dos funcionários							
3.1	Know-how	0	0	0	1	0	6	20%
3.2	Educação	1	1	0	1	0	14	47%
3.3	Qualidade vocacional	0	0	1	0	0	1	3%
3.4	Conhecimento relac.ao trabalho	0	1	1	0	0	13	43%
3.5	Competências relac.ao trabalho	0	0	0	0	0	2	7%
3.6	Espírito empreendedor	0	1	0	0	0	1	3%
	Total	5	5	6	11	2	5,30	18%

Fonte: Adaptado de Sveiby (1997 *apud* Carvalho, Ensslin e Igarashi, 2006, p. 5).

Após o processo de atribuição de códigos (0 e 1), foi feito um somatório, no eixo vertical, dos elementos presentes na divulgação dos relatórios da empresa (no caso da empresa 1 (BANCO DO BRASIL) 5 (cinco) elementos se fizeram presentes). Simultaneamente, foi feito um somatório no eixo horizontal, para investigação do número total de cada elemento identificado. O elemento *Filosofia gerencial*, por exemplo, ocorreu em 22 empresas (73% do total) da amostra. Posteriormente, os pesquisadores calcularam a freqüência, em percentuais, com que cada elemento foi divulgado; identificando a categoria (*Capital Interno*, *Capital Externo* e *Capital Humano*), mais representativa de Capital Intelectual nos relatórios da administração das empresas.

3 RESULTADOS

Inicialmente, os resultados esperados eram que este estudo possibilitasse identificar elementos de capital intelectual divulgados ou evidenciados de forma voluntária, por meio da análise de conteúdo dos relatórios da administração. Essa evidenciação foi examinada sob 3 (três) perspectivas. Primeiramente, verificou-se a existência de divulgação e quais as empresas que mais divulgaram ou que menos divulgaram e, ao mesmo tempo, tentou-se atribuir a maior ou menor divulgação, ou a inexistência dela, à atividade exercida por cada empresa. Entretanto, antecipadamente salienta-se a subjetividade deste comparativo entre informações divulgadas e ramo de atividade, visto que envolve julgamento de valor. Na segunda perspectiva, avalia-se a freqüência de divulgação desses elementos de capital intelectual e a identificação da categoria mais representativa. Quanto à categoria, a análise foi feita sob três enfoques (*Capital externo*, *Capital interno* e *Competência dos funcionários*). Na seqüência, apresenta-se a natureza da evidenciação do capital intelectual, valendo-se de elementos textuais extraídos dos próprios relatórios.

3.1 Evidenciação Voluntária do Capital Intelectual nos Relatórios da Administração

Na amostra pesquisada, basicamente quase todas as empresas apresentaram evidenciação voluntária de algum tipo de elemento de capital intelectual. Para facilitar a identificação das empresas, adotou-se uma numeração para cada uma, começando do nº 1, identificado como a empresa BANCO DO BRASIL, e indo até o nº 30, identificado como a empresa JHSF PART, conforme consta na Tabela 1. Interessante notar que, embora quase todas as empresas adotem evidenciação voluntária, apenas 2 empresas não evidenciaram capital intelectual, sendo elas as empresas 8, identificada como SPRINGS, e a empresa 25, identificada como INVEST TUR. Ressalta-se, porém, que a empresa INVEST TUR começou a divulgar o relatório da administração a partir de 2007, justificando a não identificação de CI. Do total de 30 empresas da amostra, apenas 6,67% não evidenciaram algum elemento de capital intelectual, o que demonstra que as empresas, embora não exista a obrigatoriedade de divulgação desses elementos, estão tendo a percepção de que a divulgá-los é fator estratégico e de suma importância para as mesmas. No caso específico da empresa SPRINGS, seu ramo de atividade é tecidos, vestuário, calçados e fios, o que pode sugerir que a empresa possui pouco capital intelectual ou não tem interesse em divulgá-lo.

Nas demais empresas, encontram-se algum elemento de capital intelectual evidenciado. E essa variedade de elementos divulgados varia desde a empresa 4, identificada como SABESP, com evidenciação de 16 elementos (66,67% do total de 24 elementos analisados, sendo a que mais evidencia elementos de CI), seguida da empresa 9, identificada como NOSSA CAIXA, com 11 elementos (45,43%), das empresas 5, 6, 12, 19 e 24, identificadas como ENERGIAS BR, COPASA, PERDIGÃO, MARFRIG e GRENDENE, respectivamente, todas com 10 elementos identificados (41,66%), até a empresa 29, identificada como EZTEC, com evidenciação de 1 elemento (4% de evidenciação, sendo a que menos evidencia).

A discrepância de evidenciação entre a empresa SABESP e EZTEC pode ser justificada em função da área de atuação. A primeira empresa opera no ramo de saneamento e os principais elementos divulgados foram na área de *filosofia gerencial*, *cultura corporativa*, *processos gerenciais*, *sistemas de informações* e *de relacionamento*, totalizando 16 elementos. Já a EZTEC atua no ramo de incorporação, construção, administração e locação de imóveis e prestação de serviços, no qual o elemento *processos gerenciais* é o mais importante e, conseqüentemente, foi o único elemento divulgado pela empresa.

3.2 Freqüência da Evidenciação e Categoria mais Representativa

A freqüência de informações divulgadas está relacionada intrinsecamente aos elementos evidenciados, isto é, quais são os elementos que as empresas estão dando mais ênfase ou demonstrando maior interesse em evidenciar.

Os elementos elencados segundo a proposta de Sveiby (1997) são os seguintes, dispostos em três categorias: *Capital Interno* (1. Patentes, 2. Direitos Autorais, 3. Marcas Registradas, 4. Filosofia Gerencial, 5. Cultura Corporativa, 6. Processos Gerenciais, 7. Sistemas de Informações, 8. Sistemas de Relacionamentos e 9. Relações Financeiras), *Capital Externo* (10. Marcas, 11. Clientes, 12. Fidelidade de Clientes, 13. Nome da Companhia, 14. Canal de Distribuição, 15. Colaboração dos Negócios, 16. Acordos Licenciados, 17. Contrato Favorável e 18. Acordo de Franchising) e *Competência dos Funcionários* (19. Know-How, 20. Educação, 21. Qualidade Vocacional, 22. Conhecimento Relacionado ao Trabalho, 23. Competências Relacionadas ao trabalho e 24. Espírito Empreendedor). Elencados esses itens que foram avaliados nos relatórios da administração, foi atribuído um número para cada elemento indo do número 1, identificado como Patentes até o número 24, identificado como Espírito Empreendedor. Segundo a Tabela 3, observaram-se os seguinte resultados: Patentes, Direitos Autorais, Relações Financeiras, Acordo Licenciados e Acordo de Franchising não foram identificados em nenhuma das empresas. Isso pode ser explicado, uma vez que não são todas as empresas que vivem patenteando produtos ou quando patenteiam não o fazem com tanta freqüência; no caso dos Direitos Autorais acredita-se que estaria ligado mais as empresas cinematográficas, produções artísticas, musicais ou gravadoras que parece não ser o ramo de atividades das empresas da amostra. Quanto aos elementos Relações Financeiras, Acordo Licenciado e Acordo de Franchising, estrategicamente pode não ser interessante para essas empresas promover a divulgação desses itens por meio de evidenciação voluntária. Nesses casos, como os autores haviam alertado anteriormente, pode envolver subjetivismo e julgamento de valores.

Os itens mais divulgados pelas empresas da amostra foram: Processos Gerenciais, divulgado por 27 empresas, isto é, 90% das empresas podem estar preocupadas em demonstrar transparência e capacidade de gestão para atrair novos investidores. Quanto à Filosofia Gerencial, 22 empresas divulgaram esse elemento, ou seja, 73% estão preocupadas com a forma de conduzir a filosofia organizacional bem como distribuir responsabilidades visando melhorar o fluxo de informações dentro da empresa, buscando uma maior participação dos colaborados nas decisões da empresa.

Em relação a Clientes, observa-se que esse item foi evidenciado por 21 empresas, demonstrando que pelo menos 70% das empresas manifesta algum tipo de preocupação com sua "carteira de clientes". Nesse tipo de postura, é importante destacar que muitas empresas estão preferindo manter relações de negócios com empresas que normalmente são eticamente ou ecologicamente corretas, como é o caso do Banco Real, que não faz parte da amostra, mas, adota esse tipo de postura com relação aos seus clientes. Essa postura relacionada às empresas da amostra pode representar uma forma de divulgar as parcerias com clientes, visando melhorar a imagem das empresas em suas relações comerciais com o mercado.

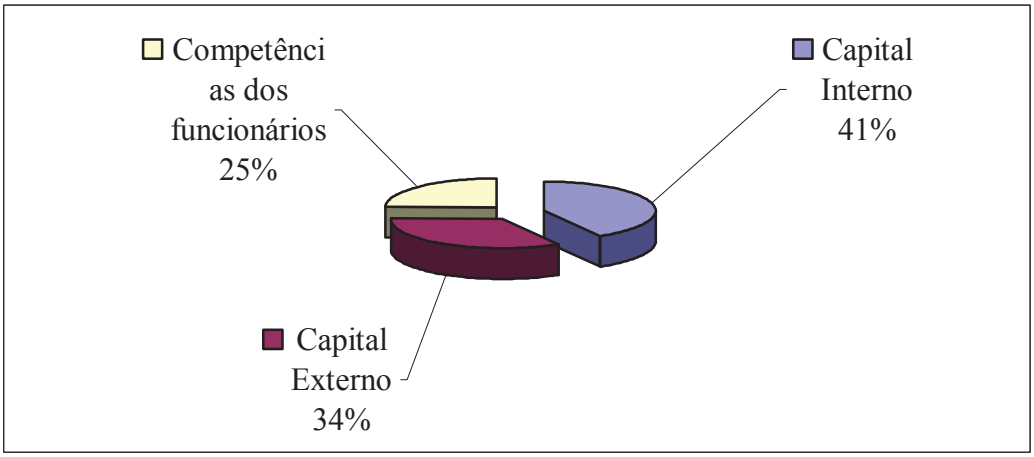
Quanto ao Conhecimento Relacionado ao Trabalho, outro ponto citado pelas empresas, destaca-se que 19 empresas, ou seja, 63%, podem estar preocupadas com a qualificação de seus colaboradores na forma de melhorar seus processos internos como evitar retrabalhos, dinamizar decisões pertinentes a decisões no trabalho, promover espírito de liderança bem como de equipe etc. Aliado a esse último ponto tem-se a questão da Educação como sendo a preocupação de pelo menos 17 empresas, isto é, 56% das

empresas podem estar buscando evidenciar isso para mostrar a sociedade o quanto tem investido em educação, qual a sua contribuição para a mesma, em forma de retorno às pessoas que trabalham nessas empresas. Outro aspecto a ser explorado pode ser que essas empresas possam também divulgar essas informações na tentativa de atrair novos talentos para a empresa em função de estar demonstrando que valoriza os funcionários e está preocupada com o crescimento deles dentro da empresa, promovendo programas de bolsas de estudos e outras formas de incentivo ao aumento do conhecimento e cultura de seus colaboradores.

Outro elemento bastante citado pelas empresas, 16 vezes (53%), foi o Canal de Distribuição. Quanto à evidenciação desse elemento, pode-se inferir a preocupação das empresas em demonstrar seus investimentos em tecnologia e formas mais rápidas, precisas e seguras de interrelacionamento com seus clientes. Nesse sentido, também poder-se-ia arriscar dizer que as empresas preocupam-se em demonstrar seus interesses na questão logística pelo oferecimento de seus produtos, formas de distribuição etc. Outros elementos também parecem chamar a atenção das empresas, porém, já em grau menor de preocupação, como é o caso da Cultura Corporativa, com 14 empresas (46%) preocupadas com gestão de habilidades internas, conhecimento adquirido pelos colaboradores e forma de uso para alavancagem da empresa e dos mesmos. Temos também elementos de Sistemas de Informações, com 10 empresas evidenciando seus elementos, ou seja, 33% do total, preocupadas com a qualidade de informações geradas e transmitidas, até chegarmos aos elementos com menor evidenciação como é o caso dos elementos Marcas Registradas e Espírito Empreendedor, sendo preocupação de apenas 3% das empresas.

O Gráfico 1 traz a análise da perspectiva mais representativa dentre as três categorias utilizadas para este estudo. De acordo com este gráfico observa-se que 41% dos elementos são os de natureza interna da empresa, confirmando o que muitos autores que escrevem sobre capital intelectual argumentam, ou seja, que a maior parte destes elementos são gerados dentro do próprio ambiente das empresas. E não é de se admirar que isso aconteça, uma vez que o capital intelectual interno agregado às empresas é o que normalmente proporciona vantagens competitivas às mesmas, oferecendo-lhes um maior controle.

Gráfico 1 - Porcentagem de evidenciação das três categorias de Capital Intelectual



Fonte: Dados da pesquisa

A perspectiva Capital Externo aparece com 34% e Competências dos Funcionários com 25%. Embora existam essas diferenças percentuais, observa-se que elas não são muito discrepantes entre si, podendo, assim, mostrar que as empresas estão buscando formas de alinhar essas três perspectivas, isto é, estão entendendo que uma depende da outra e que juntas podem proporcionar uma vantagem competitiva ainda maior.

Tabela 3 - Frequência de divulgação de cada elemento e seu percentual de ocorrência

Legenda	Capital Intelectual	Total (30 empresas)	Porcentagem do total
	Capital Interno		
	Propriedade intelectual		
1	Patentes	0	0%
2	Direitos Autorais	0	0%
3	Marcas registradas	1	3%
	Recursos de infra-estrutura		
4	Filosofia gerencial	22	73%
5	Cultura corporativa	14	46%
6	Processos gerenciais	27	90%
7	Sistemas de informações	10	33%
8	Sistemas de relacionamentos	4	13%
9	Relações Financeiras	0	0%
	Capital Externo		
10	Marcas	4	13%
11	Clientes	21	70%
12	Fidelidade de clientes	5	16%
13	Nome da companhia	4	13%
14	Canal de distribuição	16	53%
15	Colaboração dos negócios	8	26%
16	Acordo licenciado	0	0%
17	Contrato favorável	5	16%
18	Acordo de franchising	0	0%
	Competência dos funcionários		
19	Know-how	6	20%
20	Educação	17	56%
21	Qualidade vocacional	1	3%
22	Conhecimento relac.ao trabalho	19	63%
23	Competências relac.ao trabalho	2	6%
24	Espírito empreendedor	1	3%

Fonte: Adaptado de Carvalho, Ensslin e Igarashi, 2006, p. 5).

3.3 Natureza da Evidenciação do Capital Intelectual

No decorrer da pesquisa, os autores observaram que as organizações da amostra, quase em sua totalidade, utilizaram-se da produção textual, isto é, da forma narrativa, para realizar a evidenciação voluntária sobre capital intelectual. No sentido de ilustrar essa asserção, bem como a título de exemplo de evidenciação voluntária de capital intelectual,

foram extraídas, dos relatórios de administração, informações textuais. Essas informações têm com objetivo demonstrar a natureza das divulgações, a forma utilizada pelos autores no que diz respeito à leitura (entendimento) desses relatórios, a análise das informações e, por fim, como essas informações textuais foram associadas com os elementos estabelecidos para este estudo (conforme consta na Tabela 2) e como estavam relacionados.

Para exemplificar a relação entre os grupos de capital intelectual analisados – Capital
Interno, Capital Externo e Capital Humano – com seus respectivos elementos de capital intelectual, seguem as informações textuais extraídas na íntegra dos relatórios da administração e sua identificação com os elementos de capital intelectual. Em razão do grande número de elementos de CI analisados, procurou-se dar ênfase aos mais evidenciados nos relatórios. Seguem abaixo alguns desses elementos de CI e sua relação com o texto identificado no Relatório da Administração.

a) Capital Interno:

° ***Filosofia gerencial.*** Quanto à filosofia gerencial, a empresa Perdigão informou que:

> *Em 2006, reforçamos o nosso compromisso de agregar valor para os nossos acionistas, com a adoção de regras de elevado padrão de governança corporativa e com as medidas estratégicas tomadas que avigoraram o plano de crescimento sustentado da Companhia, incorporando a diversificação para assegurar o equilíbrio dos negócios. (PERDIGÃO, Relatório da Administração de 2006, p. 01).*

° ***Processos gerenciais.*** Com relação aos processos gerenciais, a Perdigão divulgou seus desafios para a construção da Perdigão de 2020 conforme relato:

> *Não obstante as conquistas e o virtuoso crescimento experimentado nos últimos anos, a Perdigão precisava ir mais longe, por isso, lançamos um novo desafio: a construção da Perdigão de 2020. Delineamos a nossa nova missão, visão e os nossos valores. Com a missão de "participar da vida das pessoas, oferecendo alimentos saborosos, de alta qualidade e a preços acessíveis, em qualquer lugar do mundo", lançamos a visão que contempla os seguintes pilares: "Vamos crescer e expandir nossas operações de forma globalizada"; "Seremos a melhor escolha em qualquer lugar, tornando-nos uma empresa de classe mundial" e "Para nós da Perdigão o trabalho de hoje faz o mundo de amanhã melhor" (PERDIGÃO, Relatório da Administração de 2006, p. 01).*

° ***Cultura corporativa.*** Sobre a cultura corporativa, a empresa Energia BR informou em seu relatório que:

> *A gestão das Energias do Brasil baseia-se em três focos estratégicos: crescimento em geração de energia, eficiência operacional e sustentabilidade do negócio. Com esse direcionamento, busca cumprir sua visão de tornar-se uma das líderes do setor de energia no Brasil, assegurando a criação de valor para os acionistas. (ENERGIAS BR, Relatório da Administração de 2006, p. 11).*

b) Capital Externo:

° ***Clientes.*** Sobre esse elemento de CI, a empresa Marfrig apresenta seus maiores clientes:

> *O abate de bovinos e preparo de carnes com cortes especiais e porcionados (bifes, t-bones, carnes em cubos, em tiras, carnes moídas, carpaccio etc.), são destinados a atender as grandes redes de fast-foods (Braslo – Mac Donald's, Habib's, Pizza Hut, entre outras), cozinhas industriais (Sodexho, GR etc.), churrascarias (Porcão, Novilho de Prata, Fogo de Chão, Barbacoa, Jardineira etc.), hotéis, supermercados (Pão de Açúcar, Carrefour, Makro etc.), além de fornecer matéria-prima para produtos de conhecidas marcas como: Wessel, Mortadelas Marba, Ceratti, Sadia, Seara. (MARFRIG, Relatório da Administração de 2006, p. 4).*

° ***Contrato favorável.*** Quanto aos contratos favoráveis a MMX Miner divulgou que:

> *Foi firmado, em 8 de junho de 2006, com a GIIC (Gulf Industrial Investment Corporation) um contrato que estabelece o suprimento anual de até 6,5 milhões de toneladas/ano[2] de minério de ferro a partir de 2007. (MMX MINER, Relatório da Administração de 2006, p. 4).*

° ***Canal de distribuição.*** A empresa Marfrig informou sobre suas unidades, reforçando a idéia de melhoria em seu canal de distribuição:

> *Temos um novo conceito em frigorífico. Somos compostos por nove plantas frigoríficas localizadas em: Bataguassú – MS; Paranatinga – MT; 02 unidades em Promissão – SP; Tangará da Serra – MT; Mineiros - GO; Chupinguaia - RO; São Gabriel – RS e Porto Murtinho - MS, e um núcleo de distribuição em Santo André – SP. Atuando em plena capacidade, após a conclusão das obras de ampliação, nessas unidades, abateremos 10.150 cabeças/dia, com capacidade de giro e estocagem de 10,7 mil toneladas de produtos alimentícios. A procedência do gado é 100% de terceiros. (MARFRIG, Relatório da Administração de 2006, p. 5).*

c) Capital Humano:

° ***Educação.*** Quanto ao quesito educação, observou-se que a empresa Grendene tem procurado melhorar a vida de seus colaborados. E neste sentido, constatou-se a seguinte informação divulgada:

> *Uma das principais ações na área de Recursos Humanos em 2006 foi a criação da Academia Grendene, que surgiu como um movimento de alinhamento interno das iniciativas de desenvolvimento. Suas ações foram voltadas ao fortalecimento dos valores da empresa, que, juntamente com o conhecimento técnico e o processo de aprendizagem contínuo, compõem os alicerces para uma universidade corporativa.*
>
> *Foram realizadas megapalestras, avaliações de potencial e Planejamento de Desenvolvimento Individual (PDIs) de todas as chefias. Foram ministrados 507 treinamentos internos (incluindo palestras nas áreas técnica, médica, social e motivacional). Cada um dos funcionários recebeu, em média, 33 horas de treinamento, contra 28 horas registradas no ano anterior (GRENDENE, Relatório da Administração de 2006, p. 22).*

° **Know how.** Quanto a esse elemento, a empresa BR Malls Par reforça a experiência de novos sócios.

> *Ainda em dezembro de 2006, em virtude de reestruturação societária, as ECISAS tornaram-se subsidiárias integrais da BR Malls e os antigos acionistas das ECISAS passaram a deter participação direta na Companhia. Além do Grupo GP e da Equity International, também detêm participação em nosso capital social o Sr. Richard Paul Matheson, um dos sócios fundadores da ECISA, com ampla expertise e experiência em nosso setor de atuação, e a Sra. Adayl de Barros Stewart, viúva do Sr. Donald Stewart, também fundador da ECISA, através da Dyl Participações Ltda. Conseqüentemente, nossa estrutura se tornou mais transparente e simplificada. (BR MALLS PAR, Relatório da Administração de 2006, p. 01).*

° ***Conhecimentos relacionados ao trabalho.*** A empresa BR Malls Par fez questão de mencionar que promove com freqüência cursos e treinamentos sobre conhecimento relacionados ao trabalho.

> *Promovemos constantemente treinamentos técnicos e cursos de reciclagem aos nossos empregados. (BR MALLS PAR, Relatório da Administração de 2006, p. 08).*

4 CONCLUSÕES FINAIS E RECOMENDAÇÕES

O objetivo deste estudo foi investigar como as empresas brasileiras, classificadas no Novo Mercado - BOVESPA - estão divulgando os elementos de capital intelectual, nos relatórios da administração. Esta pesquisa buscou analisar dentre as empresas da amostra, num total de 30 (trinta) empresas, quais estão divulgando seus elementos de capital intelectual de forma voluntária em seus relatórios da administração. A pesquisa se propôs ainda a fazer um comparativo entre as companhias sobre quais elementos de capital intelectual tem maior representatividade em níveis de evidenciação.

Após a realização deste estudo, constatou-se que as empresas têm divulgado os elementos de CI em seus relatórios da administração. Nesse sentido, destaca-se que das 30 (trinta) empresas analisadas, somente duas empresas não evidenciam capital intelectual, pelo menos em relação àqueles elementos analisados. Dessa forma, 93% das empresas evidenciam algum elemento de CI, demonstrando que essas empresas estão preocupadas em evidenciar, em tornar claras suas ações relacionadas ao CI. Outra conclusão é que, conforme a visão de vários autores citados nesta pesquisa, os elementos de CI podem ser utilizados para gerenciamento estratégico nas organizações. Os dados desta pesquisa também mostram que as companhias, bem como seus gestores, estão entendendo isso, o que é corroborado pelo fato de 93% das empresas analisadas evidenciarem algum elemento de capital intelectual.

Ao fazer a análise dos itens mais representativos, considerando a porcentagem de divulgação, constatou-se que o elemento *Processos gerenciais* destaca-se entre os mais evidenciados (90%), sendo na visão das empresas e dos pesquisadores o elemento mais representativo, seguido do elemento *Filosofia gerencial* (73%). Fazendo-se uma relação entre esses dois elementos, poderíamos inferir que as empresas demonstram uma preocupação com a forma de gerenciar melhor seus processos internos, estabelecendo metas e outras formas de *Filosofia gerencial*. Analogamente, constatou-se uma preocupação por parte das empresas em divulgar informações pertinentes a seus clientes, como é o caso do elemento *Clientes*, que aparece com 70% de freqüência nos relatórios e, como já foi comentado, essa preocupação pode ser no sentido de valorizar mais os clientes

e também evidenciar com quais tipos de clientes a companhia compartilha ou mantém relações de comércio. O elemento *Conhecimento relacionado ao trabalho* é evidenciado com uma freqüência de 63%, demonstrando que as empresas também manifestam preocupação com o conhecimento relacionado às suas operações, inovações e reestruturações de processos. Outro elemento que aparece com freqüência é *Educação* (56%), evidenciando a preocupação das companhias em divulgar investimentos e incentivos aos colaboradores, bem como em atrair novos talentos para a organização. O sexto elemento evidenciado com maior freqüência é *Canal de distribuição* (53%). Nesse sentido, na percepção dos pesquisadores, observa-se a preocupação das companhias com questões relacionadas a atendimento a clientes pelas suas várias formas de distribuição, e claro, em especial as que melhor contribuírem para os resultados da empresa, seja pela redução de tempo de entrega de produto, redução de custos, posição estratégica de distribuição de produtos, entre outras.

Em relação ao grupo de elementos Capital Interno, Capital Externo e Capital Humano, observou-se que foi evidenciado com maior freqüência o Capital Interno, com 41% de freqüência, seguindo de Capital Externo, com 34%, e Capital Humano, com 25%. Esta pesquisa permitiu observar (corroborando a opinião de vários autores) que elementos ligados ao Capital Interno foram evidenciados com maior freqüência, resultado esse que permite inferir que a maior quantidade de elementos de capital intelectual seja gerada no ambiente interno das empresas.

Muitos elementos não foram evidenciados, tais como: Patentes, Direitos autorais, Relações financeiras, entre outros. Porém, nem por isso deixam de ser importantes às empresas, pois, esses elementos, por exemplo, podem ser utilizados estrategicamente e talvez, na percepção das empresas, não seja interessante evidenciá-los, por serem elementos que requerem um maior sigilo.

Outro fator interessando observado na pesquisa foi quanto à codificação utilizada. E para relembrar o seu significado, o código 0 foi utilizado quando o item não apareceu no relatório anual, isto é, não houve divulgação de elemento nenhum de capital intelectual, o código 1 indicou que o item apareceu no relatório anual em forma narrativa, o código 2 mostrou que o item apareceu no relatório e recebeu um valor numérico e, por último, o código 3 indicou que o item apareceu no relatório e recebeu um valor monetário. Nesse sentido, a pesquisa constatou que a forma de evidenciação ainda é muito incipiente, pois a forma mais utilizada para a evidenciação é a narrativa. Isto também pode reforçar a idéia da dificuldade de quantificação ou mensuração em valores dos elementos de capital intelectual.

No item 3.1 (Evidenciação Voluntária do Capital Intelectual nos Relatórios da Administração), buscou-se fazer um comparativo entre as empresas que lideram a evidenciação de elementos de capital intelectual. Dessa forma, foi constatado que a SABESP liderou a evidenciação, com 66,67%, num total de 16 elementos, seguida da companhia NOSSA CAIXA, com 45,43%, num total de 11 elementos; outras empresas com alto índice de divulgação foram ENERGIAS BR, COPASA, PERDIGÃO, MARFRIG e GRENDENE, todas com 41,66%, num total de 10 elementos divulgados. Comparativamente, foram identificadas empresas com nenhum elemento, como a SPRINGS, e outras com apenas 1 elemento, tais como a EZTEC.

Ao regatar os objetivos desta pesquisa, conclui-se que a maior parte das empresas evidencia elementos de capital intelectual, sendo umas mais, outras menos. A comparação entre as empresas revelou que muitas delas estão dando ênfase à evidenciação, outras ainda estão num estado embrionário. Quanto à freqüência de evidenciação dos elementos, conclui-se que alguns são mais priorizados ou mais evidenciados. No que diz respeito à

forma de divulgação, conclui-se que maior ênfase é dada à forma narrativa, demonstrando a necessidade de uma análise mais acurada quanto ao tratamento de quantificação e mensuração desses itens, necessitando mais estudos e pesquisas nesse sentido.

Embora os autores reconhecam que seus objetivos tenham sido atingidos, os mesmos reforçam a necessidade de se continuar pesquisando sobre o assunto. Para tanto, recomendam-se pesquisas com empresas listadas na Bovespa, porém, de outros níveis, como os de governança corporativa, bem como ampliar a pesquisa ora desenvolvida ao investigar todas as empresas brasileiras pertencentes ao Novo Mercado.

REFERÊNCIAS

BARDIN, L. Análise de conteúdo. Lisboa: 70º ed. 1979.

BOLSA DE VALORES DE SÃO PAULO (BOVESPA). http://www.bovespa.com.br/home/redirect.asp?end=/Empresas/NovoMercadoNiveis/NovoMercado.asp. Acesso em 13/10/2007 para listagem das empresas e para definição de novo mercado acesso em 15/11/2007.

CARVALHO, F. N.; ENSSLIN, S. R. A evidenciação voluntária do capital intelectual: um estudo revisionista do contexto internacional. *Contabilidade Vista & Revista*, Belo Horizonte, v. 17, n. 4, p. 55-72, out./dez. 2006.

CARVALHO, F. N.; ENSSLIN, S. R.; IGARASHI, D.C.C Evidenciação Voluntária do Capital Intelectual no Contexto Brasileiro: Cotejamento com os Contextos Internacional e Australiano. In: 30º Encontro da ANPAD, 2006, Salvador/Bahia. Anais ... Salvador: 2006. CD-ROM.

ENSSLIN, S.R.; DUTRA, A., A Avaliação do Capital Intelectual como o subsídio para gerenciar e alavancar o desempenho organizacional. In: Congresso Internacional de Gestão da Tecnologia e Sistemas de Informação, 2007, São Paulo/SP. Anais ... São Paulo: 2007. CD-ROM.

GIL, A. C. Métodos e Técnicas de Pesquisa Social. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 1999.

_____. Como elaborar projetos de pesquisa. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1996.

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.

IUDÍCIBUS, S. de; MARTINS, E.; GELBCKE, E.R., *Manual de contabilidade das sociedades por ações: aplicável às demais sociedades*. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

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.

PEREZ, M. M., FAMÁ, R. Ativos Intangíveis e o Desempenho Empresarial. *Revista Contabilidade & Finanças* (USP), São Paulo, n. 40, p. 7 – 24, Jan./Abr. 2006.

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

PATROCÍNIO, M.R., KAYO E.K., KIMURA H., Aquisição de Empresas, Intangibilidade e Criação de Valor: um estudo de evento. R.Adm., São Paulo, v.42, n.2, p.205-215, abr./maio/jun. 2007.

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

SILVA, A. M. da. Comissão de valores mobiliários - CVM. Estrutura Conceitual Básica da Contabilidade - objetivos da contabilidade. **Deliberação nº 29 de 05, de Fevereiro de 1986.**

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

YIN, R. K. Estudo de caso: planejamento e métodos. 3º ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.