

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

**MARISA NATALINA GESSER DO AMARAL**

**EVIDENCIAÇÃO VOLUNTÁRIA DO CAPITAL INTELECTUAL NOS  
MAIORES BANCOS DO BRASIL: UM ESTUDO NOS RELATÓRIOS  
ANUAIS DOS ANOS DE 2006 E 2007**

Florianópolis  
2008

**MARISA NATALINA GESSER DO AMARAL**

**EVIDENCIAÇÃO VOLUNTÁRIA DO CAPITAL INTELECTUAL NOS  
MAIORES BANCOS DO BRASIL: UM ESTUDO NOS RELATÓRIOS  
ANUAIS DOS ANOS DE 2006 E 2007**

Monografia apresentada à Universidade Federal de Santa Catarina como um dos pré-requisitos para a obtenção do grau de bacharel em Ciências Contábeis.

Orientadora: Sandra Rolim Ensslin, Dra.

**Florianópolis  
2008**

**MARISA NATALINA GESSER DO AMARAL**

**EVIDENCIAÇÃO VOLUNTÁRIA DO CAPITAL INTELECTUAL NOS  
MAIORES BANCOS DO BRASIL: UM ESTUDO NOS RELATÓRIOS  
ANUAIS DOS ANOS DE 2006 E 2007**

Esta monografia foi apresentada como trabalho de conclusão do curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Santa Catarina, obtendo a nota final de \_\_\_\_\_ atribuída pela banca constituída pela professora orientadora e membros abaixo mencionados:

Florianópolis, SC, 30 de outubro de 2008.

---

Prof.<sup>a</sup> Valdirene Gasparetto, Dra.  
Coordenadora de Monografias do Departamento de Ciências Contábeis

Professores que compuseram a banca examinadora:

---

Prof.<sup>a</sup> Sandra Rolim Ensslin, Dra.  
Orientadora  
Departamento de Ciências Contábeis  
Universidade Federal de Santa Catarina

---

Prof. Darci Schnorrenberger, Dr.  
Membro  
Departamento de Ciências Contábeis  
Universidade Federal de Santa Catarina

---

Prof.<sup>a</sup> Alessandra Vasconcelos Gallon, M.Sc.  
Membro  
Departamento de Ciências Contábeis  
Centro Universitário Municipal de São José

*Grandes realizações não são feitas por impulso, mas por uma soma de pequenas realizações.*

*Vincent Van Gogh*

## **AGRADECIMENTOS**

Ao meu marido, Ricardo, pelo incentivo, compreensão, ajuda e paciência durante esse período de imensa dedicação.

A minha orientadora, professora Dra. Sandra Rolim Ensslin, por ter me despertado o interesse sobre o tema desta monografia, além de sua dedicação, colaboração e estímulo na condução desta pesquisa.

À minha família, por acreditar que eu venceria esta etapa tão importante de minha vida.

Ao meu querido e saudoso cunhado César que me aconselhou a fazer este curso.

Às minhas amigas que estiveram ao meu lado nos momentos de glória e de dificuldades.

A todos que, de alguma forma, contribuíram para que eu pudesse conquistar esta etapa tão importante da minha vida pessoal e profissional.

## RESUMO

AMARAL, Marisa Natalina Gesser do. **Evidenciação Voluntária do Capital Intelectual nos Maiores Bancos do Brasil: Um Estudo nos Relatórios Anuais dos Anos de 2006 e 2007.** 2008, 94 f. Monografia (Graduação em Ciências Contábeis) – Departamento de Ciências Contábeis, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.

Esta pesquisa apresenta os resultados sobre a evidenciação voluntária do Capital Intelectual (CI) nos Relatórios Anuais de 19 bancos que integram a listagem da Revista Exame Melhores e Maiores, agosto de 2007. Essa amostra foi composta pelos bancos que disponibilizaram nas *homepages (sites)* os Relatórios Anuais dos anos de 2006 e 2007, não caracterizando, portanto, uma amostra seqüencial. O objetivo da pesquisa foi identificar os elementos do CI evidenciados nos Relatórios Anuais, disponíveis nas *homepages (sites)* de 19 bancos do Brasil. Este estudo caracteriza-se como uma pesquisa descritiva, e a técnica empregada foi a análise de conteúdo, com base na metodologia de Guthrie *et al.* (1999 *apud* CARVALHO, ENSSLIN e IGARASHI, 2006); a classificação para as categorias e elementos constituintes do CI foi a proposta por Sveiby (1998). Os resultados da pesquisa apontam para (i) uma incidência de 56% de divulgação voluntária de CI nos relatórios dos bancos pela média dos dois anos analisados; (ii) Competência dos Funcionários como a categoria de CI mais representativa nos dois anos analisados; predominância da evidenciação na forma de sentenças narrativas nos anos analisados; (iii) aumento na divulgação de elementos de CI na comparação dos anos analisados; (iv) os bancos privados evidenciaram mais elementos de CI do que os bancos públicos e ocorreram discrepâncias significativas no cotejamento de três elementos; e (v) os bancos apresentaram manifestações/depoimentos sobre os recursos intangíveis nos dois anos analisados.

**Palavras-chave:** Capital Intelectual. Evidenciação. Maiores Bancos do Brasil.

## LISTA DE QUADROS

Quadro 1: População da pesquisa.....	20
Quadro 2: Amostra da pesquisa .....	21
Quadro 3: Matriz análise de conteúdo dos Relatórios Anuais .....	23
Quadro 4: Identificação dos Bancos Públicos e Privados .....	25
Quadro 5: Elementos do Capital Intelectual e informações consideradas .....	26
Quadro 6: Classificação dos elementos do Capital Intelectual - Brooking.....	34
Quadro 7: Classificação dos elementos do Capital Intelectual – Edvinsson e Malone.....	34
Quadro 8: Classificação dos elementos do Capital Intelectual – Stewart .....	35
Quadro 9: Classificação dos elementos do Capital Intelectual - Sveiby .....	35
Quadro 10: Divulgação de informações voluntárias no Relatório Anual - CVM .....	48
Quadro 11: Frequência de divulgação dos elementos de CI dos bancos – 2006.....	50
Quadro 12: Frequência de divulgação dos elementos de CI dos bancos – 2007.....	57
Quadro 13: Comparação dos Resultados dos Bancos Investigados .....	68
Quadro 14: Comparação dos resultados por elemento .....	69
Quadro 15: Cotejamento bancos públicos e bancos privados .....	74
Quadro 16: Cotejamento dos resultados dos BPL e BPR por elemento.....	76
Quadro 17: Depoimentos/Manifestações sobre os recursos intangíveis .....	80

## LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Elementos evidenciados do CI dos bancos – ano de 2006.....	52
Gráfico 2: Categorias de CI – 2006 .....	54
Gráfico 3: Elementos da categoria Competência dos Funcionários - 2006.....	54
Gráfico 4: Elementos da Categoria Capital Externo – ano 2006.....	55
Gráfico 5: Elementos da categoria Capital Interno – 2006 .....	56
Gráfico 6: Elementos evidenciados do CI dos bancos – 2007.....	58
Gráfico 7: Categoria de CI – Ano de 2007.....	60
Gráfico 8: Elementos da Competência dos Funcionários – Ano 2007.....	61
Gráfico 9: Elementos de Capital Externo – 2007.....	61
Gráfico 10: Elementos de Capital Interno – Ano 2007 .....	62
Gráfico 11: Elementos de CI com destaque na análise comparativa.....	70
Gráfico 12: Percentual de evidenciação dos anos de 2006 e 2007.....	71
Gráfico 13: Categorias de CI.....	72
Gráfico 14: Categoria mais representativa de CI .....	73
Gráfico 15: CI entre os bancos públicos e privados.....	75
Gráfico 16: Elementos de destaque de CI entre os BPRs e BPLs.....	77
Gráfico 17: Categoria mais representativa BPRs.....	78
Gráfico 18: Categoria mais representativa BPLs .....	79



## LISTA DE FIGURAS

Figura 1: Metáfora de Capital Intelectual.....	32
--	----

## **LISTA DE SIGLAS E REDUÇÕES**

BPL – Banco Público

BPLs – Bancos Públicos

BPR – Banco Privado

BPRs – Bancos Privados

CI – Capital Intelectual

RA – Relatório Anual

RAs – Relatórios Anuais

CVM – Comissão de Valores Mobiliários

## SUMÁRIO

<b>RESUMO .....</b>	<b>6</b>
<b>LISTA DE QUADROS .....</b>	<b>7</b>
<b>LISTA DE GRÁFICOS .....</b>	<b>8</b>
<b>LISTA DE FIGURAS .....</b>	<b>9</b>
<b>LISTA DE SIGLAS E REDUÇÕES.....</b>	<b>10</b>
<b>SUMÁRIO .....</b>	<b>11</b>
<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>13</b>
1.1 TEMA E PROBLEMA.....	15
1.2 OBJETIVO GERAL.....	16
1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	16
1.4 JUSTIFICATIVA DO ESTUDO.....	17
1.5 DELIMITAÇÃO DA PESQUISA.....	18
1.6 ESTRUTURA E DESCRIÇÃO DO TRABALHO .....	18
<b>2 METODOLOGIA DA PESQUISA .....</b>	<b>19</b>
2.1 UNIVERSO E AMOSTRA DA PESQUISA .....	19
2.2 ENQUADRAMENTO METODOLÓGICO.....	21
2.3 PROCEDIMENTO PARA A ANÁLISE E COLETA DOS DADOS.....	22
<b>3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA .....</b>	<b>29</b>
3.1 CAPITAL INTELECTUAL .....	29
3.1.1 Conceitos de Capital Intelectual.....	31
3.1.2 Componentes do Capital Intelectual.....	34
3.1.2.1 Capital Humano.....	35
3.1.2.2 Capital Estrutural.....	37
3.1.2.3 Capital de Clientes.....	38
3.2 PESQUISAS ANTERIORES .....	38
3.3 EVIDENCIAÇÃO CONTÁBIL .....	41
3.3.1 Evidenciação Voluntária e Compulsória.....	43
3.3.2 Relutância de Divulgação nas Empresas.....	44
3.3.3 Formas e Métodos de Evidenciação .....	45
3.4 RELATÓRIO ANUAL.....	46
3.4.1 Conteúdo Proposto pela Comissão de Valores Imobiliários .....	47
<b>4 ANÁLISE DOS RESULTADOS.....</b>	<b>49</b>
4.1 FREQUÊNCIA DE EVIDENCIAÇÃO DE CI – ANO 2006 .....	49

4.1.1	Categoria mais Representativa – Ano 2006 .....	53
4.2	EVIDENCIAÇÃO DO CAPITAL INTELECTUAL DOS BANCOS – ANO 2007.....	56
4.2.1	Categoria mais Representativa – Ano 2007 .....	59
4.3	NATUREZA DA EVIDENCIAÇÃO DO CI .....	63
4.4	COMPARAÇÃO DOS RESULTADOS .....	67
4.4.1	Análise Comparativa da Categoria de CI .....	72
4.5	COTEJAMENTO DOS BANCOS PÚBLICOS E PRIVADOS.....	73
4.5.1	Cotejamento dos Bancos Públicos e Privados por Elementos.....	75
4.5.2	Cotejamento dos Bancos Públicos e Privados por Categoria .....	78
4.6	DEPOIMENTOS/MANIFESTAÇÕES SOBRE OS RECURSOS INTANGÍVEIS .....	79
4.6.1	Ilustração dos Depoimentos de Recursos Intangíveis .....	81
<b>5</b>	<b>CONSIDERAÇÕES FINAIS .....</b>	<b>83</b>
5.1	OPINIÃO DA PESQUISADORA.....	86
5.2	SUGESTÕES PARA FUTUROS TRABALHOS .....	88
	<b>REFERÊNCIAS .....</b>	<b>89</b>

## 1 INTRODUÇÃO

O fenômeno da globalização acompanhado dos avanços tecnológicos nas áreas de telecomunicações e tecnologia da informação e o surgimento da sociedade do conhecimento são transformações que afetaram significativamente a forma de gerir o negócio e o ambiente organizacional.

Os clientes, conscientes do poder que exercem sobre as empresas, passaram a solicitar produtos e serviços personalizados e a cobrar delas uma postura ética e transparente nos negócios, assim como um maior comprometimento na construção de um planeta sustentável.

A concorrência acirrada por produtos semelhantes em diferentes mercados devido à queda das barreiras comerciais força as empresas a usarem todo o seu conhecimento, competência e *know how* no lançamento de produtos inéditos em tempo hábil.

Houve também mudança na postura dos profissionais da era do conhecimento que passaram a procurar ambientes criativos de trabalhos para colocarem em prática seus conhecimentos, experiências na construção de novas idéias e aperfeiçoamento dos processos e produtos.

Diante desse novo cenário, os gestores percebem que, para as organizações manterem-se competitivas e atuantes, precisam mudar suas estratégias. Componentes como agilidade, inovação, flexibilidade, conhecimento, capacidade de aprendizagem individual e coletiva tornam-se mais importantes que os próprios bens materiais, exigindo então uma nova postura gerencial (ENSSLIN e SCHNORRENBURGER, 2004).

O conhecimento passa a ser o principal ativo das organizações, o gerador de riquezas, a vantagem competitiva em relação a um mercado dinâmico e de instabilidades freqüentes. Dessa forma, a competitividade da empresa passa a ser determinada pela maneira como ela consegue gerir e difundir esse recurso.

Num ambiente em que inovações são duplicadas rapidamente pelos concorrentes, e empresas menores freqüentemente arrebatarem fatias de mercado das maiores pelo lançamento de novos e melhores produtos e serviços, é o capital intelectual das empresas – seu conhecimento, experiência, especializações e diversos ativos intangíveis, ao invés de seu capital físico e financeiro – que cada vez mais determina suas posições competitivas (KLEIN, 1998, p. 1).

Admitir o conhecimento como recurso econômico, de acordo com Antunes (2000), impõe novos paradigmas na forma de valorizar o ser humano e mensurar o valor da

organização, pois gera benefícios intangíveis. A esse conjunto de elementos intangíveis denominou-se Capital Intelectual (CI).

Na literatura, são muitas as terminologias encontradas que identificam o Capital Intelectual: Intangíveis, Ativos Intangíveis, Capital Intangível, Recursos Intangíveis, *Goodwill*, Propriedade Intelectual, Gestão do Conhecimento, Ativos Estratégicos (ENSSLIN e ENSSLIN,S, 2008; CARVALHO e ENSSLIN,S, 2007). Para fins desta pesquisa, será utilizada a nomenclatura Capital Intelectual.

Para Stewart (1998, p. XVIII), “O Capital Intelectual é a soma do conhecimento de todos em uma organização, o que lhe proporciona vantagem competitiva. [...] constitui a matéria intelectual – conhecimento, informação, propriedade intelectual, experiência – que pode ser utilizada para gerar riqueza”.

Gerenciar o Capital Intelectual, identificá-lo e mensurá-lo é fundamental para o negócio tornar-se sustentável, pois a aplicação adequada do conhecimento juntamente com as novas tecnologias produz benefícios a longo prazo, como a criação de bens e serviços inéditos, e a conseqüente valorização da empresa (ENSSLIN e ENSSLIN,S, 2008).

Segundo Antunes (2000), o Capital Intelectual impacta valor na organização, e a contabilidade deve participar ativamente desse novo contexto, cumprindo seu objetivo que é satisfazer as necessidades informativas de seus usuários, divulgando o valor da empresa o mais próximo possível da realidade.

Os relatórios financeiros são importantes, mas insuficientes por não contemplarem a empresa do conhecimento. A proposta de um modelo de Capital Intelectual não substitui a contabilidade financeira. Seu objetivo é captar e reconhecer contabilmente os elementos subjetivos que influenciam a criação do valor da empresa e, dessa forma, complementar e enriquecer a contabilidade na sua forma atual, fazendo com que ela alcance o seu papel informacional da melhor maneira possível (PAIVA, 2000).

Os Relatórios Anuais e as Notas Explicativas são os meios de comunicação utilizados pelas empresas para evidenciar informações sobre o Capital Intelectual ao público externo. Devido à sua natureza analítica, o Relatório Anual permite que a empresa utilize uma linguagem menos técnica, com o objetivo de alcançar o maior número de usuários (PONTE e OLIVEIRA, 2004).

Para Antunes, Leite e Guerra (2007), as empresas que disponibilizam espontaneamente informações sobre o Capital Intelectual apresentam vantagens competitivas, por conhecerem seus intangíveis, saberem o quanto valem e o que pode trazer de benefícios

futuros, além de proporcionar ao investidor uma apresentação mais transparente da administração de seus recursos.

Nesse contexto, acredita-se que o gerenciamento do Capital Intelectual pelas organizações, bem como a divulgação dessas informações ao mercado são práticas essenciais para as empresas conquistarem novos investidores e reterem os atuais.

## 1.1 TEMA E PROBLEMA

No cenário econômico atual, as organizações buscam novas formas de geração de valor, e o conhecimento passa a ser o principal recurso produtivo.

Segundo Antunes (2006), a aplicação do conhecimento vem impactando consideravelmente o valor das organizações, pois o emprego desse recurso juntamente com as tecnologias disponíveis produz benefícios intangíveis, denominados Capital Intelectual.

Assim, o diferencial entre as empresas não são mais as máquinas em uso no processo produtivo, mas, sim, o somatório do conhecimento coletivo gerado e adquirido, as habilidades de criação e invenção, os valores, atitudes e motivações das pessoas que compõem a organização, as estruturas e processos, os relacionamentos internos e externos e o grau de satisfação dos clientes (REZENDE, 2001).

Diante do destaque que o Capital Intelectual vem recebendo no meio corporativo, os demonstrativos financeiros, para Ponte e Oliveira (2004), parecem não contemplar o verdadeiro valor das empresas do conhecimento, tornando-se insuficientes no atendimento às necessidades dos seus diferentes usuários.

Essa falta de registro e mensuração do Capital Intelectual nas demonstrações financeiras, devido às incertezas na definição do valor e dificuldades de identificação, pode causar um maior distanciamento entre o patrimônio dos acionistas a valores de mercado e os refletidos pela contabilidade tradicional, especialmente nos dias de hoje em que a percepção de valor de mercado parece estar relacionada diretamente pelos ativos intangíveis (FAMÁ e PEREZ, 2006).

A Contabilidade tem como objetivo principal a mensuração e o controle do patrimônio. Nesse sentido, Antunes (2006) destaca que ela deve participar ativamente desse novo cenário, mostrando a sua razão de existir ao buscar satisfazer às necessidades informativas de seus usuários, apresentando o valor da empresa o mais próximo possível da realidade.

O Relatório Anual, para Backes, Ott e Wiethaeuper (2005), é uma opção para as companhias evidenciarem aos seus *stakeholders* informações voluntárias sobre o Capital Intelectual.

Devido à importância que o Capital Intelectual assumiu no mundo corporativo, este estudo pretende averiguar se os bancos brasileiros evidenciam o seu CI. Para atingir esse objetivo foi elaborada a seguinte pergunta de pesquisa: *Qual é o comportamento dos maiores Bancos Brasileiros no que se refere à evidenciação de seus elementos de Capital Intelectual evidenciados nos Relatórios Anuais disponíveis em suas homepages (sites)?*

## 1.2 OBJETIVO GERAL

O objetivo da pesquisa é analisar a evidenciação voluntária dos elementos do Capital Intelectual constantes nos Relatórios Anuais disponíveis nas *homepages (sites)* dos maiores bancos do Brasil, conforme a listagem da *Revista Exame Melhores e Maiores* de agosto de 2007.

## 1.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

Como objetivos específicos, esta pesquisa propõe:

- ✓ Extrair dos Relatórios Anuais dos maiores bancos do Brasil, nos anos de 2006 e 2007, a evidenciação das informações relativas ao Capital Intelectual, por meio da técnica análise de conteúdo.
- ✓ Examinar o conteúdo sobre os elementos do Capital Intelectual evidenciados nos Relatórios Anuais.
- ✓ Comparar os resultados da evidenciação do Capital Intelectual dos bancos entre os anos de 2006 e 2007.
- ✓ Cotejar os resultados encontrados entre os bancos privados e os públicos.
- ✓ Coletar depoimentos/manifestações que reconhecem a presença dos recursos intangíveis.



#### 1.4 JUSTIFICATIVA DO ESTUDO

A literatura tem salientado o papel do Capital Intelectual como o principal agente de agregação de valor às organizações (Meer-Kooistra; Zijlstra, 2001; Lev, 2001; Brennan, 2001; April *et al.* 2003 *apud* Carvalho, Ensslin,S e Igarashi, 2006) e como o elemento capaz de auxiliar as empresas a se tornarem mais eficientes, efetivas, produtivas e inovadoras (RIBEIRO, PETRI e ENSSLIN,S., 2008). Assim, as empresas que relatam, evidenciam e gerenciam seu Capital Intelectual de forma efetiva acabam por ter uma vantagem competitiva, uma vez que conseguem identificar os ativos à sua disposição (tangíveis e intangíveis), estando, portanto, em condições de fazer uso do seu máximo potencial.

Ao considerar que o Capital Intelectual agrega valor à organização é de se esperar que as empresas tenham a preocupação em evidenciar seus intangíveis em algum tipo de relatório, contribuindo dessa forma para o seu gerenciamento e, também, oferecendo aos *stakeholders* um quadro mais preciso e verídico dos seus recursos organizacionais. Logo, qualquer divulgação ao público externo sobre os elementos do Capital Intelectual, seja sobre os investimentos realizados, seja sobre os resultados obtidos, se caracteriza como uma ação voluntária da empresa e um diferencial competitivo em relação à concorrência.

O Relatório Anual é o instrumento que a empresa pode usar para evidenciar o Capital Intelectual aos seus diferentes usuários. Por sua natureza descritiva e linguagem acessível, esse relatório pode torna-se o principal canal de comunicação com o mercado.

Os bancos estão inseridos num mercado de concorrência acirrada. O investimento, o gerenciamento e a divulgação de informações sobre o Capital Intelectual podem aumentar o número de investidores e acionistas, bem como proporcionarem lucros maiores. Nesta perspectiva, a relevância da pesquisa consiste em verificar se os bancos adotam a prática da evidenciar o Capital Intelectual nos Relatórios Anuais disponíveis nas *homepages (sites)*, para os seus diferentes usuários como clientes, fornecedores, colaboradores, acionistas, investidores, enfim para a sociedade em geral, pois essa evidenciação pode vir a se tornar o diferencial competitivo.

Esta pesquisa fundamenta-se ainda na busca de estimular o desenvolvimento de novos estudos sobre o Capital Intelectual na área contábil.

## 1.5 DELIMITAÇÃO DA PESQUISA

Os resultados do estudo delimitam-se aos anos de 2006 e 2007.

Os bancos que disponibilizaram os Relatórios Anuais apenas em inglês não foram analisados devido à dificuldade da pesquisadora em interpretá-los.

As demonstrações contábeis analisadas foram os Relatórios Anuais e não contemplaram as Notas Explicativas.

Os Relatórios Anuais foram extraídos apenas das *homepages (sites)*.

Os bancos que não disponibilizaram nas *homepages (sites)*, os Relatórios Anuais de 2006 e 2007 até 20 de julho de 2008 foram excluídos da amostra, assim como os que divulgaram relatórios de um ano apenas.

Acredita-se que essas delimitações não afetem os resultados obtidos na pesquisa.

## 1.6 ESTRUTURA E DESCRIÇÃO DO TRABALHO

O presente trabalho é organizado conforme explicado a seguir.

Este primeiro capítulo é composto pela introdução, tema e problema de pesquisa, pelos objetivos gerais e específicos, justificativa, delimitação da pesquisa e a estrutura do trabalho.

O segundo capítulo apresenta a metodologia da pesquisa. Nele são apresentados o universo e a amostra da pesquisa, o enquadramento metodológico e os procedimentos para análise e coleta dos dados.

O terceiro capítulo apresenta a revisão literária com a abordagem dos assuntos: (i) Capital Intelectual, (ii) Evidenciação Contábil, e (iii) Relatório Anual.

O quarto capítulo apresenta os resultados alcançados em termos da identificação do Capital Intelectual.

O quinto capítulo apresenta as considerações finais sobre o resultado da pesquisa, a opinião da pesquisadora e recomendações para futuras pesquisas.

Finalmente, apresentam-se as referências utilizadas na pesquisa.

## 2 METODOLOGIA DA PESQUISA

Nesta seção serão apresentados o universo e amostra da pesquisa, o enquadramento metodológico e o procedimento para a análise e coleta dos elementos do Capital Intelectual nos Relatórios Anuais.

### 2.1 UNIVERSO E AMOSTRA DA PESQUISA

O universo da pesquisa é constituído pelos 50 maiores bancos do Brasil por patrimônio líquido, segundo a *Revista Exame Melhores e Maiores* de 2007, conforme o Quadro 1.

ORDEM	BANCO	SEDE	PATRIMÔNIO LÍQUIDO (em US\$ milhões)	HOMEPAGE
1	BRADERSCO	OSASCO	11.694,6	www.bradesco.com.br
2	BRASIL	BRASÍLIA	9.628,1	www.bancobrasil.com.br
3	ITAÚ	SÃO PAULO	6.544,3	www.itau.com.br
4	UNIBANCO	SÃO PAULO	4.536,5	www.unibanco.com.br
5	REAL	SÃO PAULO	4.459,0	www.bancoreal.com.br
6	CAIXA	BRASÍLIA	4.196,5	www.caixa.gov.br
7	SANTANDER BANESPA	PORTO ALEGRE	3.272,2	www.santanderbanespa.com.br
8	ITAÚ BBA	SÃO PAULO	2.498,0	www.itau.bba.com.br
9	VOTORANTIM	SÃO PAULO	2.387,1	www.bancovotorantim.com.br
10	SAFRA	SÃO PAULO	1.827,5	www.safra.com.br
11	HSBC BANK	CURITIBA	1.709,8	www.hsbc.com.br
12	NOSSA CAIXA	SÃO PAULO	1.158,8	www.nossacaixa.com.br
13	CITIBANK	SÃO PAULO	1.026,4	www.citibank.com.br
14	SUDAMERIS	SÃO PAULO	866,6	www.sudameris.com.br
15	AMAZÔNIA	BELEM	767,4	www.bancoamazonia.com.br
16	BNB	FORTALEZA	700,3	www.bnb.com.br
17	BANRISUL	PORTO ALEGRE	600,8	www.banrisul.com.br
18	JP MORGAN	SÃO PAULO	599,3	www.jpmorgan.com.br
19	ALFA	SÃO PAULO	577,2	www.alfa.com.br
20	UBS PACTUAL	RIO DE JANEIRO	565,4	www.ubsw.com.br
21	BMG	BELO HORIZONTE	465,5	www.bmg.com.br
22	GMAC	SÃO PAULO	345,6	www.gmac.com.br
23	VOLSKSWAGEN	SÃO PAULO	320,8	www.bancovw.com.br
24	CNH	CURITIBA	318,2	www.bancocnh.com.br
25	BBM	SALVADOR	312,5	www.bbmbank.com.br
26	BNP PARIBAS	SÃO PAULO	291,8	www.bnpparibas.com.br
27	CREDICARD CITI	SÃO PAULO	268,3	www.credicardciti.com.br
28	BICBANCO	SÃO PAULO	255,7	www.bicbanco.com.br
29	DEUTSCHE BANK	SÃO PAULO	246,7	www.deutsche-bank.com.br
30	PANAMERICANO	SÃO PAULO	219,5	www.panamericano.com.br

ORDEM	BANCO	SEDE	PATRIMÔNIO LÍQUIDO (em US\$ milhões)	HOMEPAGE
31	IBI	BARUERI – SP	216,2	www.ibi.com.br
32	MERCANTIL DO BRASIL	BELO HORIZONTE	213,3	www.mercantildobrasil.com.br
33	FIBRA	SÃO PAULO	207,9	www.bancofibra.com.br
34	DAYCOVAL	SÃO PAULO	207,7	www.daycoval.com.br
35	ABC BRASIL	SÃO PAULO	206,2	www.abcbrasil.com.br
36	DAIMLERCHRYSLER DC	SÃO PAULO	203,2	www.bancodaimlerchrysler.com.br
37	MORGAN STANLEY	SÃO PAULO	197,5	www.morganstanley.com.br
38	ING BANK	SÃO PAULO	190,3	www.ing.com.br
39	CACIQUE	SÃO PAULO	159,3	www.bancocacique.com.br
40	PINE	SÃO PAULO	155,6	www.bancopine.com.br
41	CALYON BRASIL	SÃO PAULO	153,5	www.calyon.com.br
42	SOFISA	SÃO PAULO	150,2	www.sofisa.com.br
43	BANESTES	VITÓRIA	147,7	www.banestes.com.br
44	RABOBANK	SÃO PAULO	145,0	www.rabobank.com.br
45	BRASCAN	RIO DE JANEIRO	143,0	www.bancobrascan.com.br
46	FORD	SÃO PAULO	140,0	www.bancoford.com.br
47	J. SAFRA	SÃO PAULO	139,6	www.jsafra.com.br
48	BRB	BRASÍLIA	139,4	www.brbr.com.br
49	DLL BRASIL	PORTO ALEGRE	139,3	www.bancodll.com.br
50	TOKYO-MITSUBISHI	SÃO PAULO	139,2	www.btm.com.br

**Quadro 1: População da pesquisa**

Fonte: Adaptado da *Revista Exame Melhores e Maiores*, agosto de 2007.

Para compor a amostra, a pesquisadora visitou a *homepage (site)* dos 50 bancos de acordo com a listagem da *Revista Exame Melhores e Maiores* de 2007 e selecionou apenas os bancos que apresentavam o Relatório Anual em português referentes aos anos de 2006 e 2007.

Em 20 de julho de 2008, a pesquisadora visitou as *homepages (sites)* dos bancos que não haviam disponibilizado os Relatórios Anuais para verificar a sua existência. Nesta data, não houve alterações na disponibilização dos Relatórios Anuais pelos bancos. Portanto, a data limite que a pesquisadora utilizou para finalizar a coleta dos Relatórios Anuais nos *sites* foi 20 de julho de 2008. Assim, a amostra desta pesquisa é constituída por 19 bancos, conforme o Quadro 2.

ORDEM	BANCO	SEDE	PATRIMÔNIO LÍQUIDO (em US\$ milhões)	HOMEPAGE (Sites)
1	BRADESCO	SÃO PAULO	11.694,6	www.bradesco.com.br
2	BANCO DO BRASIL	BRASÍLIA	9.628,1	www.bancobrasil.com.br
3	ITAÚ	SÃO PAULO	6.544,3	www.itau.com.br
4	UNIBANCO	SÃO PAULO	4.536,5	www.unibanco.com.br
5	CAIXA	BRASÍLIA	4.196,5	www.caixa.gov.br
6	SANTANDER BANESPA	PORTO ALEGRE	3.327,2	www.santanderbanespa.com.br
7	SAFRA	SÃO PAULO	1.827,5	www.safra.com.br
8	NOSSA CAIXA	SÃO PAULO	1.158,8	www.nossacaixa.com.br
9	AMAZÔNIA	BELÉM	767,4	www.bancoamazonia.com.br
10	BNB	FORTALEZA	700,3	www.bnb.com.br
11	BANRISUL	PORTO ALEGRE	600,8	www.banrisul.com.br
12	BMG	BELO HORIZONTE	465,5	www.bmg.com.br
13	BICBANCO	SÃO PAULO	255,7	www.bicbanco.com.br
14	MERCANTIL DO BRASIL	BELO HORIZONTE	213,3	www.mercantildobrasil.com.br
15	FIBRA	SÃO PAULO	207,9	www.bancofibra.com.br
16	DAYCOVAL	SÃO PAULO	207,7	www.daycoval.com.br
17	ABC BRASIL	SÃO PAULO	206,2	www.abcbrasil.com.br
18	BANESTES	VITÓRIA	147,7	www.banestes.com.br
19	BRB	BRASÍLIA	139,4	www.brbr.com.br

**Quadro 2: Amostra da pesquisa**

Fonte: Adaptado da *Revista Exame Melhores e Maiores*, agosto de 2007.

O Quadro 2 identifica os 19 bancos que compõem a amostra por ordem de patrimônio líquido, a sede e a respectiva *homepage (site)* para consulta do Relatório Anual.

## 2.2 ENQUADRAMENTO METODOLÓGICO

A monografia é o estudo de um tema delimitado, em que o acadêmico se aprofunda em determinado assunto de seu interesse com a finalidade de apresentar resultados diante da análise de um problema específico.

É por intermédio da pesquisa que novos conhecimentos são adquiridos e contribuições são apresentadas sobre o tema em discussão. Gil (2007, p. 17) define “a pesquisa como o procedimento racional sistemático que tem por objetivo proporcionar respostas aos problemas que são propostos”.

Este estudo caracteriza-se como pesquisa descritiva, por tratar da análise e identificação dos elementos de evidência do Capital Intelectual nos Relatórios Anuais dos bancos, constantes da amostra. De acordo com Gil (2007, p. 42), “a pesquisa descritiva tem

como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou, então, o estabelecimento de relações entre variáveis”.

O método de pesquisa utilizado é o qualitativo, por não empregar instrumentos estatísticos como base do processo de análise do problema. O intuito desta pesquisa é buscar e identificar os elementos do Capital Intelectual que são evidenciados no Relatório Anual. Mesmo atribuindo a eles códigos numéricos, ela tem por objetivo a interpretação dos dados obtidos. Richardson (1999) afirma que a abordagem qualitativa descreve a complexidade de determinado problema e analisa a influência mútua de certas variáveis. Além disso, objetiva compreender e classificar processos dinâmicos vividos por grupos sociais.

O procedimento utilizado para o direcionamento da pesquisa é a análise documental. As fontes que constituem a análise documental são os Relatórios Anuais dos anos de 2006 e 2007, localizados nas *homepages (sites)* dos bancos selecionados.

Esta pesquisa utiliza a técnica da análise de conteúdo e como unidade de análise o exame de sentenças (frases) para a codificação e quantificação da evidenciação.

Para Bardin (2004), a análise de conteúdo refere-se ao conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos, sistemáticos e objetivos de descrição de conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a indução de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis induzidas) destas mensagens.

A fonte de coleta dos dados é de natureza secundária, ou seja, será realizada mediante análise dos Relatórios Anuais dos bancos divulgados nos seus respectivos *sites*.

### 2.3 PROCEDIMENTO PARA A ANÁLISE E COLETA DOS DADOS

A pesquisa trata do exame do conteúdo dos Relatórios Anuais disponibilizados nas *homepages (sites)* dos bancos para identificar os elementos do Capital Intelectual evidenciados. A análise de conteúdo dos relatórios anuais dos 19 bancos é efetuada com base na metodologia de Guthrie *et al.* (1999 *apud* CARVALHO, ENSSLIN e IGARASHI, 2006).

Os relatórios nas *homepages (sites)* são identificados por Relatório Anual, Relatório de Sustentabilidade e Relatório da Administração. Este estudo se reportará aos três tipos de relatórios como sinônimos e adotará a terminologia Relatório Anual.

A classificação dos elementos do Capital Intelectual utilizada é a proposta por Sveiby (1998 p. 11): “os ativos invisíveis constantes no balanço patrimonial de uma organização

podem ser classificados como um grupo de três elementos: competência dos funcionários, Capital Interno e Capital Externo”. O Quadro 3 evidencia essa classificação e os seus respectivos elementos.

Capital Intelectual		1		..19	Total	
<b>1 Capital Interno</b>						
1.1	Propriedade Intelectual					
1.1.1	Patentes					
1.1.2	Direitos Autorais					
1.1.3	Marcas Registradas					
1.2	Recursos de Infra-Estrutura					
1.2.1	Filosofia Gerencial					
1.2.2	Cultura Corporativa					
1.2.3	Processos Gerenciais					
1.2.4	Sistemas de Informações					
1.2.5	Sistemas de Relacionamentos					
1.2.6	Relações Financeiras					
<b>2 Capital Externo</b>						
2.1	Tipos de Produtos e Serviços					
2.2	Clientes					
2.3	Fidelidade de Clientes					
2.4	Nome de Companhia					
2.5	Canal de Distribuição					
2.6	Colaboração dos Negócios					
2.7	Acordo Licenciado					
2.8	Contrato Favorável					
2.9	Acordo de <i>Franchising</i>					
<b>3 Competência dos Funcionários</b>						
3.1	<i>Know-how</i>					
3.2	Educação					
3.3	Qualificação Vocacional					
3.4	Conhecimento Relacionado ao Trabalho					
3.5	Competências Relacionadas ao Trabalho					
3.6	Espírito Empreendedor					
Total						

**Quadro 3: Matriz análise de conteúdo dos Relatórios Anuais**

Fonte: Adaptado de Carvalho, Ensslin, S. e Igarashi (2006).

Observe-se que a matriz deste estudo sofreu as seguintes alterações em relação ao modelo original:

- O item 2.1 Marcas foi substituído por Tipos de Produtos e Serviços;
- O item Marcas foi associado ao item 2.4 Nome da Companhia.

A metodologia de Guthrie *et al.* (1999 *apud* CARVALHO, ENSSLIN, S. e IGARASHI, 2006) utiliza um sistema de quatro códigos numéricos para identificar a existência ou não da evidenciação do elemento e como este está sendo divulgado:

- ✓ 0 = item não apareceu no Relatório Anual - (tipo 0);
- ✓ 1 = item apareceu no Relatório Anual em forma narrativa – (tipo 1);
- ✓ 2 = item recebeu um valor numérico no Relatório Anual – (tipo 2);
- ✓ 3 = item recebeu um valor monetário no Relatório Anual (tipo 3).

Para a coleta de dados, a pesquisadora analisou individualmente os Relatórios Anuais dos 19 bancos extraídos das *homepages (sites)* e registrou as informações relacionadas a cada elemento do Capital Intelectual de Sveiby, utilizando a matriz desenhada especificamente para esse fim (Quadro 3).

Ao proceder a pesquisa observa-se que os elementos referentes ao Capital Intelectual foram relatados de forma narrativa em, praticamente, todos os Relatórios Anuais, aplicando-se, então, apenas o sistema de códigos 0 e 1, conforme se pode constatar no Capítulo 4.

Apesar de alguns elementos receberem um valor monetário no Relatório Anual, salienta-se que esses valores não podem ser associados ao item 3, valor monetário, pois tais valores informam, apenas a prática da organização em tentar alavancar o elemento do Capital Intelectual em questão e não valor desse elemento de CI .

Após o processo de atribuição dos valores (0,1), foi feito um somatório:

- ✓ No eixo vertical, para verificação dos elementos presentes na divulgação de cada empresa.
- ✓ No eixo horizontal, para verificação do número total de ocorrência de cada elemento.
- ✓ Finalmente foi calculada a frequência, em termos percentuais, com que cada elemento foi divulgado.

Na seqüência, a pesquisadora identificou a categoria mais representativa de Capital Intelectual nos bancos.

Prosseguindo a análise dos resultados, a pesquisadora comparou a evidenciação dos bancos nos anos de 2006 e 2007; realizou um cotejamento entre os bancos públicos e privados e finalmente coletou manifestações e depoimentos nos relatórios anuais que reconhecem a presença de recursos intangíveis.

Para identificar os bancos públicos e privados adotou-se um sistema de siglas e cores.



Os bancos públicos são identificados com a sigla BPL e a cor azul, e os bancos privados com a sigla BPR e a cor amarela. O Quadro 4 apresenta os componentes da amostra com essa identificação.

SEQÜÊNCIA	SIGLA	BANCO
1	BPR	Bradesco
2	BPL	Banco do Brasil
3	BPR	Itaú
4	BPR	Unibanco
5	BPL	Caixa
6	BPR	Santander
7	BPR	Safra
8	BPL	Nossa caixa
9	BPL	Amazônia
10	BPL	BNB
11	BPL	Banrisul
12	BPL	BMG
13	BPR	BicBanco
14	BPR	Mercantil do Brasil
15	BPR	Fibra
16	BPR	Daycoval
17	BPR	ABC Brasil
18	BPL	Banestes
19	BPL	BRB

**Quadro 4: Identificação dos Bancos Públicos e Privados**

Fonte: Elaboração própria.

Os bancos públicos são em número de 9: Banco do Brasil (2), Caixa (5), Nosso Caixa (8), Amazônia (9), BNB (10), Banrisul (11), BMG (12), Banestes (18) e BRB (19).

Os bancos privados são em número de 10: Bradesco (1), Itaú (3), Unibanco (4), Santander (6), Safra (7), BicBanco (13), Mercantil do Brasil (14), Fibra (15), Daycoval (16) e ABC Brasil (17).

A classificação de banco público e privado foi extraída do Relatório Anual na *homepage (site)* de cada banco.

Com o objetivo de esclarecer o método de leitura e interpretação dos Relatórios Anuais com vistas a identificar a presença, ou não dos elementos do Capital Intelectual, o

Quadro 5, apresenta a noção de cada elemento, a partir da interpretação da autora do presente estudo.

Capital Intelectual		Informações Consideradas
<b>1 Capital Interno</b>		
1.1	Propriedade Intelectual	
1.1.1	Patentes	Registro de patente de produto do banco.
1.1.2	Direitos Autorais	Registro de direito de exploração de propriedade intelectual como programa de computador, projeto do banco.
1.1.3	Marcas Registradas	Registro da marca do banco, logotipo.
1.2	Recursos de Infra-Estrutura	
1.2.1	Filosofia Gerencial	Valores, missão, visão, objetivo, diretrizes, políticas do banco.
1.2.2	Cultura Corporativa	Cultura interna da empresa como pesquisa de clima, participação nos resultados, avaliação de desempenho, código de ética, previdência complementar, canais de comunicação.
1.2.3	Processos Gerenciais	Sistemas de gestão, metodologias de trabalho, processos internos.
1.2.4	Sistemas de Informações	Investimentos em tecnologia da informação, automação dos serviços.
1.2.5	Sistemas de Relacionamentos	Relacionamento com clientes, fornecedores, acionistas, governo, comunidade, colaboradores.
1.2.6	Relações Financeiras	Informações do desempenho econômico financeiro do banco.
<b>2 Capital Externo</b>		
2.1	Tipos de Produtos e Serviços	Informações de produtos e serviços, novos produtos/serviço.
2.2	Clientes	Informações da carteira de clientes.
2.3	Fidelidade de Clientes	Programas, relacionamentos e estratégias de fidelização.
2.4	Nome de Companhia	Identificação da companhia, perfil, reconhecimento da marca.
2.5	Canal de Distribuição	Informações relativas a pontos de atendimento, agências, postos bancários, escritórios.
2.6	Colaboração dos Negócios	Desenvolvimento de parcerias, acordo.
2.7	Acordo Licenciado	Licença e direitos para uso de marcas.
2.8	Contrato Favorável	Incorporações, aquisições, integração, contrato.
2.9	Acordo de <i>Franchising</i>	Franquias adquiridas ou fornecidas pelo banco.
<b>3 Competência dos funcionários</b>		
3.1	<i>Know-how</i>	Experiência, expertises do colaborador.
3.2	Educação	Programas de incentivo educacional oferecidos pelo banco.
3.3	Qualificação Vocacional	Informação sobre o número de colaboradores, perfil e contratações.
3.4	Conhecimento Relacionado ao Trabalho	Conhecimento adquirido pelo colaborador por meio de treinamento, capacitação.
3.5	Competências Relacionadas ao Trabalho	Especialização do colaborador, talento, mérito pessoal, habilidades.
3.6	Espírito Empreendedor	Novas oportunidades de desenvolvimento de carreira.

**Quadro 5: Elementos do Capital Intelectual e informações consideradas**

Fonte: Elaboração própria.

A seguir, são apresentados três exemplos de identificação da presença de elementos de Capital Intelectual (CI) relacionados à categoria de Capital Interno, Capital Externo e Competência dos Funcionários. O objetivo é ilustrar a natureza das evidenciações de CI e a

forma como a pesquisadora procedeu a leitura dos Relatórios Anuais (RAs), analisou as informações e associou ao respectivo elemento com o qual estava correlacionado.

Para facilitar o acompanhamento do processo de identificação dos elementos de CI, as indicações explícitas e implícitas são salientadas em negrito e itálico.

### **Exemplo 1: Capital Interno**

Sistemas de Relacionamento: A Nossa Caixa divulgou, no seu Relatório Anual (RA) referente ao exercício 2007, informações sobre seu sistema de relacionamento com os clientes, funcionários e sociedade.

*No relacionamento com clientes, funcionários e sociedade*, o Banco Nossa Caixa busca demonstrar seu comprometimento com iniciativas de responsabilidade social. Investe em melhorias constantes no atendimento e na prestação de serviços, com treinamento intensivo de seus profissionais. Procura manter um ambiente de trabalho que combine o desafio de superação de desempenho à qualidade de vida. E atua em projetos sociais alinhados ao seu papel de Banco comprometido com o desenvolvimento social do Estado de São Paulo (Nossa Caixa, Relatório Anual, 2007, p. 50).

Quanto ao tipo de evidenciação, essa sentença classifica-se como narrativa (tipo 1).

### **Exemplo 2: Capital Externo**

Fidelidade de clientes: No que se refere à fidelidade de clientes, o Banco Itaú divulgou, em seu RA 2007, a seguinte informação:

A multiplicidade de produtos e serviços também contribui para a maximização das oportunidades e a *fidelização da base de clientes*, que já soma cerca de 24 milhões entre correntistas e não correntistas (Itaú, Relatório Anual, 2007, p. 15).

Quanto ao tipo de evidenciação, essa sentença classifica-se como narrativa (tipo 1).

### **Exemplo 3: Competência dos Funcionários**

Conhecimento Relacionado ao Trabalho: No que se refere a esse elemento, o Banco Itaú divulga as seguintes informações em seu RA 2007 quanto aos programas de capacitação oferecidos:

A organização entende que o constante desenvolvimento de seus colaboradores, com *ações de treinamento* e educação corporativa, é fundamental para que se tenha um clima organizacional cada vez melhor, pessoas mais capacitadas e, conseqüentemente melhor performance. Em 2007, o Itaú investiu mais de R\$ 79 milhões em programas de *treinamento e desenvolvimento* (ITAÚ, Relatório Anual, 2007, p. 35).

Quanto ao tipo de evidenciação, essa sentença classifica-se como narrativa (tipo 1).

Cumprir observar que os valores monetários (código 3) mencionados nos excertos ilustrativos não podem ser associados, diretamente, ao elemento de CI em questão. Esses valores informam, apenas, a prática do banco em tentar alavancar o elemento em questão. Por isso, a atribuição do código 1 – forma narrativa.

### 3 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Este capítulo apresenta a fundamentação teórica da pesquisa com a abordagem dos seguintes assuntos: Capital Intelectual, Evidenciação Contábil e Relatório Anual.

O Capital Intelectual, tema principal desta pesquisa, vem ganhando destaque no mundo corporativo por ser o principal recurso econômico, representar uma parcela significativa do valor da empresa, ser de difícil imitação e proporcionar vantagens competitivas.

Na seqüência, apresentam-se os tópicos, conceitos e componentes do Capital Intelectual.

#### 3.1 CAPITAL INTELECTUAL

Os bens mais valiosos das organizações do conhecimento geralmente são invisíveis, como a competência organizacional, fidelidade do cliente, compreensão do mercado, moral e talento dos colaboradores, relacionamento com os diversos públicos, domínio da tecnologia, dentre outros. A esse conjunto de benefícios intangíveis, de acordo com a literatura, denomina-se Capital Intelectual.

Lev (2001 *apud* FAMÁ e PEREZ, 2006, p. 13) define Capital Intelectual “como um direito a benefícios futuros que não possui corpo físico ou financeiro, que é criado pela inovação, por práticas organizacionais e pelos recursos humanos”.

Assim, o alcance de resultados futuros vai depender da maneira como a organização interage e usa o conhecimento e a criatividade dos seus colaboradores no desenvolvimento de atividades que agregam valor.

O conhecimento e a informação são os principais geradores de riqueza neste novo cenário econômico. Segundo Xavier (1998, p. 9), esses recursos “equivalem a ativos como máquinas, dinheiro, prédios, terra e estoques”.

Gerenciar o Capital Intelectual passou a ser a principal missão das organizações (Ensslin e Ensslin,S, 2008), pois, de acordo com Stewart (1998), o conhecimento tornou-se o recurso econômico proeminente, mais importante que a matéria-prima e, em determinadas situações, até mais que o dinheiro.

Essa opinião também é compartilhada por Chiavenato (2004) ao pronunciar-se sobre a participação do conhecimento no contexto organizacional:

O capital financeiro deixou de ser o recurso mais importante, cedendo lugar para o conhecimento. Nessas circunstâncias, os fatores tradicionais de produção – terra, mão-de-obra e capital produzem retornos cada vez menores em uma escala de rendimentos decrescentes. É a vez do conhecimento, do capital intelectual e do capital humano. O conhecimento torna-se básico, e o maior desafio passa a ser a produtividade do conhecimento (CHIAVENATO, 2004, p. 37-38).

Ao considerar o recurso do conhecimento nas organizações, e todas as conseqüências que ele traz, constata-se que o modelo tradicional da contabilidade, baseado nos ativos tangíveis, não demonstra adequadamente os elementos que contribuem para a geração de valor de uma empresa.

No Brasil, com a deliberação da Comissão de Valores Mobiliários (CVM) nº 488/2005 (que aprovou o pronunciamento do IBRACON NPC nº 27) e com a promulgação da Lei nº 11.638/2007, foi criado o grupo “Ativos Intangíveis” no Balanço Patrimonial. A partir de 2008, as Companhias de Capital Aberto deverão evidenciar no Balanço Patrimonial valores referentes a esses ativos.

Entende-se que a Contabilidade busca formas de mensurar o verdadeiro valor da empresa, a fim de satisfazer a necessidade de informações quantitativas e qualitativas de seus diferentes usuários. Mesmo que o Balanço Patrimonial apresente valores para os intangíveis, não significa que a Contabilidade encontrou o modelo de relatório de Capital Intelectual e a fórmula para resolver o problema da mensuração. As dificuldades para registrar e mensurar os componentes do Capital Intelectual, responsáveis por elevar consideravelmente o valor da empresa, ainda continuam, uma vez que a lei brasileira permite apenas o registro do intangível adquirido e não o construído internamente: “é condição *sine quanon* para o registro que a entidade tenha incorrido em custo de aquisição”(IUDÍCIBUS, MARTINS e GELBCKE, 2007, p. 229).

Antunes e Martins (2005) reforçam a necessidade de os gestores conhecerem os ativos intangíveis das organizações, a fim de administrarem sua continuidade, otimizarem sua aplicação e atuarem de forma competitiva num mercado dinâmico e de constantes alterações.

O Capital Intelectual, na visão de Popadiuk e Teixeira (2003), é característico de cada organização e, portanto, de difícil imitação; deve ser valioso, gerar produtos superiores a concorrência e ser capaz de conquistar a fidelidade dos clientes.

Nesse sentido, dificilmente as organizações irão acessar e combinar o mesmo conjunto de recursos e de habilidades individuais para gerar valor (REZENDE, 2003).

Portanto, o desempenho da empresa está associado à competência e ao talento de seus colaboradores e a sinergia destes com os demais recursos no alcance da estratégia.

“O Capital Intelectual de uma organização não é propriedade particular de um indivíduo, mas resulta e desenvolve-se nas relações que permeiam a estrutura e os processos de troca, sendo moldado de acordo com a evolução dessas relações ao longo do tempo” (Nahapiet e Ghoshal *apud* POPADIUK e TEIXEIRA, 2003, p. 76).

A demasiada importância dada aos intangíveis no ambiente organizacional é de fato uma realidade, mas isso não significa que os ativos tangíveis estão perdendo espaço ou desaparecendo, pois, conforme Kayo (2002, p. 2), “é extremamente difícil dissociar o ativo intangível do tangível. A combinação dos dois é que define o valor efetivo da empresa. O capital intangível bem empregado pode fazer o capital tangível render muito mais e, assim, conjuntamente, maximizar o valor da empresa”.

Kaplan e Norton (2004) destacam que os intangíveis isolados do contexto da organização e da estratégia dificilmente criarão valor. A sua combinação eficaz com outros ativos, tanto os de natureza tangível como intangível é que proporcionará valor e os retornos esperados. Segundo Schnorrenberger. (2004, p. 6) os recursos intangíveis “atuam em conjunto pois seu valor emerge de uma combinação eficaz entre outros ativos, tangíveis e intangíveis”.

Para complementar o entendimento de Capital Intelectual, a seguir, serão apresentados conceitos relacionados a ele.

### 3.1.1 Conceitos de Capital Intelectual

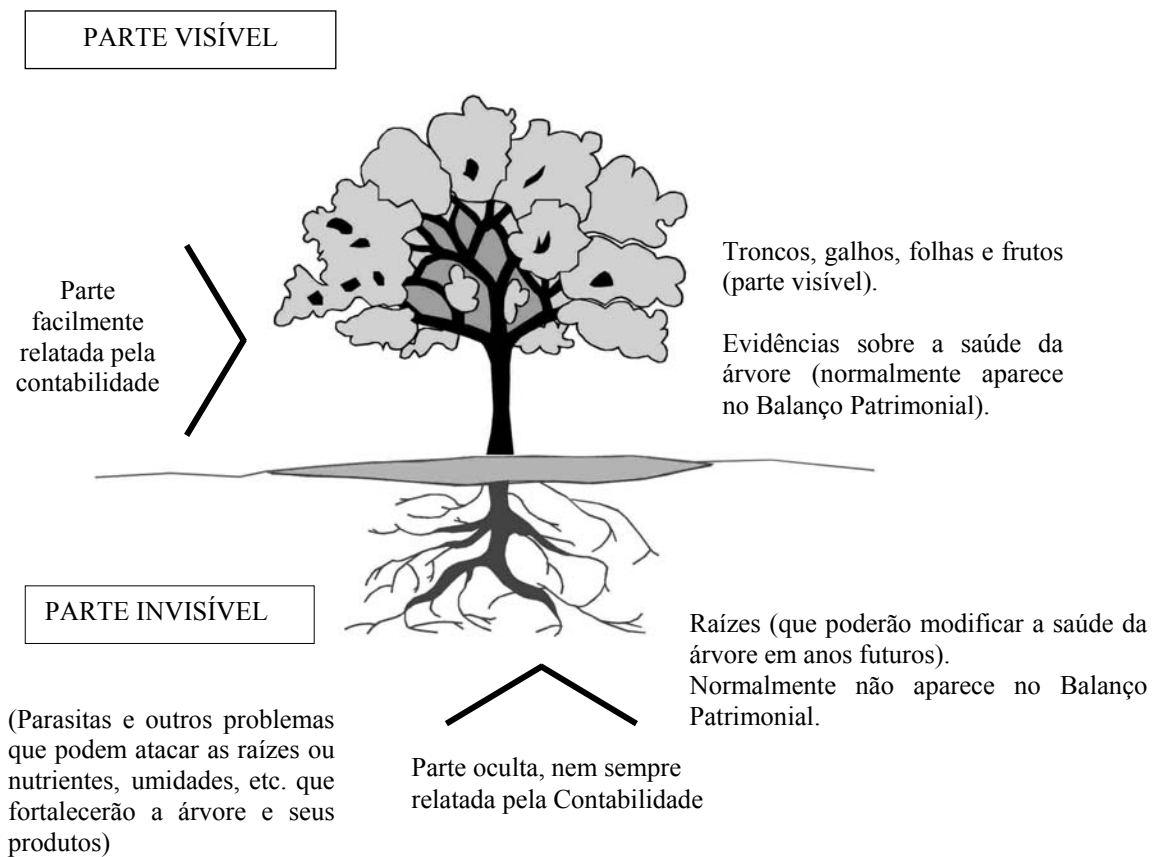
A literatura apresenta conceitos diferenciados de Capital Intelectual, não existindo unanimidade quanto à sua definição. Por ser um tema relativamente recente, cada autor enfatiza determinado aspecto, mas, na essência, o conteúdo é idêntico.

Stewart (1998) conceitua Capital Intelectual como “a soma do conhecimento de todos em uma empresa, o que lhe proporciona vantagem competitiva”. Para o autor, o Capital Intelectual abrange conhecimento, informação, propriedade intelectual e experiência, o qual ele denomina de matéria intelectual que pode ser usada na geração de riquezas (STEWART, 1998).

O Capital Intelectual, na definição de Brooking (1996, p. 12-13 *apud* ANTUNES 2000, p. 78), é “uma combinação de ativos intangíveis, frutos das mudanças nas áreas da

tecnologia da informação, mídia e comunicação, que trazem benefícios intangíveis para as empresas e que capacitam o seu funcionamento”.

Por sua vez, Edvinsson e Malone (1998, p. 40) relacionam o Capital Intelectual “a posse de conhecimento, experiência aplicada, tecnologia organizacional, relacionamentos com clientes e habilidades profissionais que proporcionam à empresa uma vantagem competitiva no mercado”. Os autores, com o intuito de melhor explicar esse conceito, utilizam a metáfora da árvore para descrever o Capital Intelectual. A Figura 1, a seguir, demonstra essa explicação.



**Figura 1: Metáfora de Capital Intelectual**  
 Fonte: Edvinsson e Malone (1998) *apud* Straioto, 2000.

De acordo com a Figura 1, a parte visível da árvore (tronco, galhos e folhas) se relaciona aos organogramas, documentos e demonstrações contábeis expressos pela Contabilidade. A parte invisível (raízes) refere-se ao Capital Intelectual, que representa fatores dinâmicos, mas ocultos. O fruto produzido por essa árvore representa os lucros e os



produtos da empresa. O investidor inteligente ao examinar essa árvore em busca de frutos maduros presume que o resultado da colheita não depende somente da parte visível, mas da parte invisível também, responsável pela saúde, crescimento e frutificação da árvore.

Xavier (1998, p. 9) considera que “o Capital Intelectual é o conjunto dos conhecimentos e informações possuídas por uma pessoa ou instituição e colocado ativamente a serviço da realização de objetivos econômicos”.

Para Straito (2000), o Capital Intelectual resulta da combinação de conhecimentos e informações que agregam valor ao produto e serviço mediante a aplicação da inteligência, e não do capital monetário ao empreendimento organizacional.

Essa visão também é corroborada por Lima (2001, p. 24) ao associar o Capital Intelectual “ao agregado de conhecimentos e informações, a experiência profissional dos funcionários de uma empresa utilizando sua capacidade intelectual para gerar riqueza à entidade”.

Roos *et al.* (1997 *apud* ANTUNES, 2006), expõem a definição de Capital Intelectual na forma positiva e na negativa.

Da forma positiva, o Capital Intelectual consiste no somatório do conhecimento dos seus membros e da materialização desse conhecimento em marcas, produtos e processos. A forma negativa conceitua o Capital Intelectual como ‘alguma coisa’ que cria valor, mas é intangível e representa a diferença entre o valor total da companhia e o seu valor financeiro (Roos *et al.* 1997 *apud* ANTUNES, 2006, p. 23).

Ensslin *et al.* (2004, p. 4) referem-se ao Capital Intelectual: como “uma combinação de ativos intangíveis que proporcionam à empresa expectativa de benefícios futuros, com intuito de geração de riqueza à organização através de sua funcionalidade”.

Para Antunes (2006, p. 23): “Capital Intelectual está diretamente relacionado aos elementos intangíveis resultantes das atividades e práticas administrativas desenvolvidas pelas organizações para se adaptarem e atuarem na realidade atual.”

Nessa mesma linha de raciocínio Ensslin e Ensslin,S (2008, p. 101) afirmam que os recursos intangíveis “resultam, ou se materializam como resultados, das práticas intervencionistas” desenvolvidas na organização.

Diante dos conceitos expostos, observa-se que a valorização do conhecimento representa o fator de diferenciação das empresas no mercado. O conhecimento humano passa a ser o principal recurso das empresas, responsável por criar valor, promover vantagens competitivas, sustentação e alavancagem dos negócios.

### 3.1.2 Componentes do Capital Intelectual

Ao analisar a literatura, percebe-se que há certo consenso entre os autores acerca dos componentes do Capital Intelectual, com algumas diferenças nas classificações adotadas.

Brooking (1996 *apud* Antunes, 2000) define a composição do Capital Intelectual em quatro categorias: ativos de mercado, ativos humanos, ativos de propriedade industrial e ativos de infra-estrutura. O Quadro 6 evidencia essa classificação.

A classificação de Edvinsson e Malone (1998) é idêntica à proposta de Stewart (1998). Os componentes são classificados na categoria Capital Humano e Capital Estrutural. Este último pode ser desdobrado em Capital de Cliente, que é um elemento de destaque no valor da empresa. Os Quadros 7 e 8 evidenciam essa classificação.

Sveiby (1998) divide o Capital Intelectual nas categorias: competências individuais (conhecimento individual de cada funcionário), estrutura interna (fluxo do conhecimento dentro da organização) e estrutura externa (relações com clientes e fornecedores, marcas registradas e imagem da empresa). O Quadro 9 evidencia essa classificação.

CAPITAL INTELECTUAL		
<b>BROOKING</b>	<b>Ativos de Mercado</b>	Marca, clientes, lealdade dos clientes, negócios recorrentes, negócios em andamento, canais de distribuição.
	<b>Ativo Humano</b>	<i>Expertise</i> , criatividade, conhecimento, habilidade para resolver problemas, tudo visto de forma coletiva e dinâmica.
	<b>Ativos de propriedade Intelectual</b>	<i>Know-how</i> , segredos industriais, <i>copyright</i> , patentes, <i>design</i> .
	<b>Ativos de infra-estrutura</b>	Cultura organizacional, sistema de informação, métodos gerenciais, aceitação ao risco, banco de dados de clientes.

**Quadro 6: Classificação dos elementos do Capital Intelectual - Brooking**

Fonte: Adaptado de Brooking (1996 *apud* ANTUNES 2000).

CAPITAL INTELECTUAL		
<b>EDVINSSON E MALONE</b>	<b>Capital Humano</b>	Conhecimento, habilidade, inovação, <i>expertise</i> , valores, cultura e filosofia empresarial.
	<b>Capital estrutural</b>	Sistemas informatizados, banco de dados, estrutura organizacional, patentes, marca e tudo o mais que dá suporte para a produtividade dos empregados. Clientes e relações desenvolvidas com eles.

**Quadro 7: Classificação dos elementos do Capital Intelectual – Edvinsson e Malone**

Fonte: Adaptado de Edvinsson e Malone (1998).

CAPITAL INTELECTUAL		
STEWART	<b>Capital Humano</b>	Conhecimento, habilidade, inovação, <i>expertise</i> , valores, cultura e filosofia empresarial.
	<b>Capital estrutural</b>	Sistemas informatizados, banco de dados, estrutura organizacional, patentes, marca e tudo o mais que dá suporte para a produtividade dos empregados. Clientes e relações desenvolvidas com eles.

**Quadro 8: Classificação dos elementos do Capital Intelectual – Stewart**

Fonte: Adaptado de Stewart (1998).

CAPITAL INTELECTUAL		
SVEIBY	<b>Capital Externo</b>	Marcas, marcas registradas, relações com clientes e fornecedores, imagem da empresa.
	<b>Capital Interno</b>	Estrutura organizacional, estrutura gerencial, estrutura legal, sistemas, pesquisa e desenvolvimento, software.
	<b>Competência dos Funcionários</b>	Envolve a capacidade de agir em diversas situações para criar ativos tangíveis e intangíveis.

**Quadro 9: Classificação dos elementos do Capital Intelectual - Sveiby**

Fonte: Adaptado de Sveiby (1998).

A classificação adotada para identificar os elementos do Capital Intelectual nos Relatórios Anuais desta pesquisa é a proposta por Sveiby.

Nas subseções seguintes, serão apresentados os três elementos do Capital Intelectual: capital humano, capital estrutural e capital de clientes.

### 3.1.2.1 Capital Humano

O capital humano compreende o conhecimento, capacidade, habilidade e experiência individual dos integrantes da empresa, colocados a disposição do ambiente organizacional, representando um potencial de geração de resultados futuros para a empresa.

Sveiby (1998, p. 9), destaca que “as pessoas são os únicos e verdadeiros agentes na empresa. Todos os ativos e estruturas – quer tangíveis ou intangíveis – são resultado das ações humanas”. Portanto, as pessoas são as principais responsáveis em promover o crescimento e o

sucesso das empresas. Com a aplicação adequada do talento, das competências e dos recursos tanto as empresas como os colaboradores obtêm ganhos consideráveis.

O Capital Humano de uma empresa é aquele incorporado nas pessoas, cujo talento e experiência criam os produtos e serviços, que são o motivo pelo qual os clientes procuram a empresa e não os concorrentes. Estes, sem dúvida, são os ativos mais importantes das empresas na sociedade do conhecimento (STRAITO, 2000, p. 36).

As organizações que investem na educação e treinamento do seu capital humano demonstram que compreendem a importância, o papel e o valor das pessoas para os negócios.

Para Lima (2001), a empresa que não enxerga a importância dos ativos intelectuais na agregação de valor ao patrimônio e não procura especializá-los com treinamentos, encontra-se em desvantagem competitiva diante dos concorrentes que adotam a prática da valorização.

Nesse sentido, as organizações precisam gerenciar e identificar com eficiência suas capacidades intelectuais para alcançar os resultados estimados, aumentar os lucros e se posicionar no mercado com sucesso.

Segundo Sveiby (1998), as empresas do conhecimento precisam de uma estratégia para atrair e manter os colaboradores. São as pessoas que transmitem e compartilham conhecimentos, inventam, motivam, produzem, atendem ao cliente, gerenciam e dirigem os negócios da empresa. Por isso, é importante as empresas adotarem uma política para preservar o seu patrimônio humano, pois esse capital não é propriedade organizacional, apenas faz parte dela.

Para Moura *et al.* (2005), o conhecimento agrega valor à organização quando é usado de forma inteligente. Nessa perspectiva, não basta possuir e manipular o capital humano, e sim utilizá-lo com a aplicação do intelecto.

Oliveira e Beuren (2003) reconhecem que os ativos e estruturas, visíveis ou invisíveis, são resultantes da ação humana e para continuar existindo dependem da competência e energia das pessoas.

Assim, o capital humano cresce sob duas perspectivas: quando a empresa utiliza mais o conhecimento de seus colaboradores e quando um número maior de pessoas sabe coisas que são úteis para a organização (SCHMIDT e SANTOS, 2002).

O principal objetivo do Capital Humano, para Stewart (1998), é inovar sob a forma de produtos e serviços, ou de melhorar os processos de negócios. Logo, o Capital Intelectual é

formado e empregado nas empresas, quando há uma considerável dedicação do tempo e do talento dos colaboradores em prol de atividades que resultam em inovação.

### 3.1.2.2 Capital Estrutural

O capital estrutural são os recursos que a organização disponibiliza para que o capital humano possa se desenvolver. Representa os dispositivos que pertencem realmente a empresa.

Segundo Edvinsson e Malone (1998), o capital estrutural compreende *hardware*, *software*, banco de dados, estrutura organizacional, patentes e tudo o mais que apóia a produtividade dos colaboradores, clientes e relacionamentos desenvolvidos com eles.

Para Oliveira e Beuren (2003), o capital estrutural demonstra o investimento da empresa em sistemas, instrumentos, filosofia operacional, e tem por objetivo agilizar o fluxo de conhecimento na organização.

Sveiby (1998, p. 93) identifica a estrutura interna da organização e enfatiza a importância de combiná-la com o capital humano:

A estrutura interna é o fluxo de conhecimento dentro de uma organização, as patentes, os conceitos, os modelos e os sistemas de computação e administrativos que servem de suporte para os profissionais envolvidos no processo de criação de conhecimento com os clientes. Como os funcionários se combinam com a estrutura interna para constituir a organização, gerenciar a estrutura interna significa gerenciar a organização (SVEIBY, 1998, p. 93).

Assim, o capital estrutural é responsável por compartilhar, transmitir e armazenar conhecimento. A sua importância, de acordo com Stewart (1998), está na forma como a empresa consegue transformar e reter o *know-how* individual em propriedade de um grupo. O autor enfatiza que o capital estrutural, assim como o humano só existe mediante uma estratégia, um propósito.

A esse respeito, Schnorrenberger (2005) destaca que as empresas buscam formas de extrair e reter o conhecimento das pessoas, mesmo que elas saiam da entidade. Dessa forma, percebe-se que o capital estrutural é a transformação do conhecimento das pessoas em ativo da entidade, por meio da experiência e criatividade compartilhada.

### 3.1.2.3 Capital de Clientes

O capital de clientes decorre das habilidades das pessoas em se relacionar, encantar e conquistar a fidelidade dos clientes, bem como da imagem institucional e da força da marca.

Stewart (1998, p. 69) destaca que “o capital de clientes é o valor dos relacionamentos de uma empresa com as pessoas com as quais ela faz negócio”. Portanto, esse capital é responsável por gerar renda para a empresa.

Segundo Backes, Ott e Wiethaeuper (2005), a forma como a empresa se relaciona com o cliente é que vai determinar o resultado financeiro e a continuidade dos negócios. Dessa forma, fica evidente que dentre as três categorias de Capital Intelectual, o capital de clientes é o mais valioso para as organizações.

A principal razão pela qual as empresas procuram ter capitais humanos e estruturais fortes é para conseguirem encantar os clientes e, assim, alcançarem patamares de resultados que satisfaçam aos anseios de todos (SCHNORRENBURGER, 2005).

O compartilhamento do conhecimento entre os integrantes da empresa, clientes, fornecedores, e até mesmo a comunidade, pode proporcionar redes de relacionamento e de satisfação, bem como a troca de experiências. Dessa forma, ao conhecer profundamente seus clientes, uma empresa do conhecimento pode concentrar suas habilidades mais valiosas em projetos mais adequados a esses clientes, o que será extremamente benéfico para ambas as partes (SVEIBY, 1998).

O capital humano e o capital de clientes, para Stewart (1998) crescem quando as pessoas se sentem responsáveis por suas partes na empresa e quando há interação entre a empresa e o cliente. Por sua vez, o capital de cliente e o estrutural aumentam quando a organização e seus clientes aprendem mutuamente.

Assim, a estratégia de uma empresa precisa estar alinhada aos três componentes de Capital Intelectual: humano, estrutural e o de clientes.

A seção a seguir apresenta pesquisas realizadas no meio acadêmico acerca da evidência voluntária de elementos do Capital Intelectual.

## 3.2 PESQUISAS ANTERIORES

As pesquisas relatadas a seguir tiveram como objetivo identificar a evidência voluntária de elementos do Capital Intelectual por meio da técnica análise de conteúdo. Em

sua maioria, elas integram os estudos realizados por pesquisadores da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC), com exceção da pesquisa de Backes, Ott e Wiethaeuper (2005) da Universidade do Vale do Rio dos Sinos (Unisinos).

Backes, Ott e Wiethaeuper (2005) publicaram a pesquisa “Informações sobre Capital Intelectual evidenciados pelas companhias abertas listadas em Nível 1 de Governança Corporativa da Bovespa“. Os resultados apontam que a categoria capital estrutural obteve a maior frequência de evidenciações.

Carvalho (2006) apresentou a pesquisa sobre “A evidenciação voluntária do Capital Intelectual: uma análise de conteúdo nos anos 2000, 2002 e 2004 dos Relatórios de Administração de companhias brasileiras, com maior receita líquida segundo a Bovespa”. Os resultados do estudo apontam para uma incidência alta de divulgação voluntária de CI nos relatórios das empresas brasileiras; uma significativa tendência para evidenciação em termos qualitativos (narrativa), mas não quantitativos; e maior frequência do capital externo como categoria de CI.

No mesmo ano, Carvalho, Ensslin, S. e Igarashi (2006) divulgam a pesquisa “A evidenciação voluntária do Capital Intelectual no contexto brasileiro: cotejamento com os contextos internacional e australiano”. Os resultados apontam para uma incidência alta de divulgação voluntária de CI nos relatórios das empresas brasileiras; capital externo como a categoria mais representativa de CI; uma significativa tendência para evidenciação em termos qualitativos (narrativa), mas não quantitativos; similaridade nos resultados obtidos tanto no contexto brasileiro quanto no contexto internacional; e discrepância entre os resultados obtidos no contexto nacional com o australiano.

Santos (2007) apresentou a pesquisa sobre “Informações voluntárias sobre Capital Intelectual evidenciadas em Relatórios da Administração: uma análise das maiores companhias abertas da região Sul do Brasil”. Os resultados do estudo demonstram que a maioria das empresas evidenciam informações sobre CI na categoria Capital Estrutural e na forma de sentenças declarativas.

No mesmo ano, Rottini (2007), realizou a pesquisa “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”. O resultado da pesquisa revelou que a categoria mais representativa de CI foi o Capital Externo, para os dois anos

analisados; que ocorreu uma alta incidência de divulgação voluntária, com ênfase nas sentenças narrativas; e que houve muito mais casos de redução da evolução da evidenciação dos elementos do ano de 2004 para 2006.

Reina, Vicente e Ensslin, S. (2008) apresentam a pesquisa “Capital Intelectual: uma análise comparativa da evidenciação voluntária em empresas de governança corporativa no ano de 2006. Os resultados demonstram que as empresas do Nível I, evidenciam 87% dos elementos de CI. A categoria Competência dos Funcionários teve a maior representatividade, com 43% de incidência. Na análise comparativa entre as empresas do Nível I e as do Novo Mercado, o elemento Processos Gerenciais foi evidenciado pelos dois segmentos, e, no segmento Novo Mercado, a categoria Capital Interno foi a mais representativa (41% de evidenciação).

Com ênfase nas pesquisas ambientais, Silva (2008) divulgou um trabalho sobre a “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”. Os resultados apontam para a maior tendência de evidenciação dos elementos de origem ambiental pelas empresas da amostra. Na análise ambiental, a Estrutura Interna apresenta-se como a categoria de CI com maior representatividade nas duas fontes de coleta de dados; na análise social dos Relatórios Anuais, a Estrutura Interna também foi a categoria com maior representatividade; e, por fim, na análise social dos *sites*, a Estrutura Externa destaca-se como a categoria com maior percentual de evidenciação.

Nessa mesma linha, Borges (2008) divulgou a pesquisa sobre a “Evidenciação voluntária das práticas em desenvolvimento sustentável: um estudo nas grandes empresas brasileiras de papel e celulose”. O resultado demonstrou que das práticas voltadas para a sustentabilidade ambiental 74% foram divulgadas nos *sites* e nos relatórios de sustentabilidade; 14% somente nos Relatórios de Sustentabilidade; e 12% apenas no *site*.

A presente pesquisa tem por objetivo evidenciar os elementos do Capital Intelectual em apenas um segmento do mercado: os bancos brasileiros. Essa característica da pesquisa é uma das diferenciações entre os estudos realizados anteriormente e descritos acima que analisaram diferentes segmentos do mercado. Além disso, essa pesquisa apresenta como diferencial a proposta de coletar manifestações/depoimentos que reconheçam a presença dos recursos intangíveis nos Relatórios Anuais.



### 3.3 EVIDENCIAÇÃO CONTÁBIL

A contabilidade, por meio de seus relatórios, é responsável por movimentar uma importante cadeia de informações que auxilia os seus diferentes usuários no processo de decisão. A forma e o conteúdo que a empresa adota para comunicar esses relatórios ao mercado denominam-se evidenciação das demonstrações contábeis ou *Disclosure*.

A evidenciação é qualquer informação quantitativa ou qualitativa, requerida ou voluntária, informal ou formal divulgada deliberadamente pela empresa ao mercado. É o meio pelo qual os *stakeholders* obtêm conhecimento da situação atual da empresa, em termos patrimoniais, financeiros, de lucratividade e de aplicações dos recursos disponíveis (Souza, 1995 *apud* ANTUNES, LEITE e GUERRA, 2007).

Para Aquino e Santana (1992, p. 1), a “evidenciação significa divulgação com clareza, divulgação em que se compreende de imediato o que está sendo comunicado”. O processo decisório mais eficiente e bem fundamentado vai depender da qualidade das informações evidenciadas.

As empresas podem adotar diferentes formas de evidenciação, mas, de acordo com Ponte e Oliveira (2004, p. 9), “devem fornecer informações em quantidade e qualidade que atendam às necessidades dos usuários das demonstrações contábeis”. Assim, é importante que o conteúdo dos relatórios apresente clareza, transparência, objetividade, informações relevantes e fidedignas que permitam aos usuários realizar seus julgamentos de forma mais acertada.

Mas para que isso ocorra é importante que o usuário tenha conhecimento suficiente para interpretar as informações divulgadas. Portanto, ao evidenciar a informação contábil, é importante a empresa definir quais usuários pretende atingir, além de conhecer os ambientes econômico, legal, político e social no quais os padrões de divulgação são fixados (FERREIRA e BOTELHO, 2006).

Entende-se por usuários qualquer pessoa física ou jurídica que tenha interesse em obter informações fornecidas pela contabilidade sobre o desempenho de uma empresa.

Os usuários podem ser classificados em: (i) externos como acionistas, investidores, fornecedores, governo, instituições financeiras e comunidade; e (ii) internos como funcionários, gerentes, diretores, administradores.

Hendriksen e Van Breda (1999) observam que os acionistas e os investidores são os principais usuários da informação contábil. Os clientes, funcionários, órgãos do governo e público em geral são identificados como usuários secundários dos relatórios anuais e de outras formas de divulgação.

Dessa forma, conhecer as características e interesses dos usuários é fundamental para a Contabilidade atingir seus objetivos.

No Brasil, o nível de evidenciação vem evoluindo significativamente, sobretudo entre as companhias de capital aberto, em decorrência dos esforços da CVM, em melhorar o poder informacional dos demonstrativos contábeis (DIAS, 2000). Mesmo com as sugestões da CVM, observa-se que há empresas que insistem em divulgar apenas o que está definido em lei, privando o mercado de qualquer informação contábil adicional.

Antunes, Leite e Guerra (2007) destacam que o conteúdo das informações contido nos demonstrativos contábeis, elaborados de acordo com a legislação vigente, encontra-se desatualizado por não computar os recursos intangíveis que hoje figuram como elementos indispensáveis para a competitividade empresarial. As informações divulgadas pelas empresas não devem se limitar ao que a legislação impõe, mas proporcionar aos diferentes usuários condições de compor um quadro justo e real de seus ativos.

Segundo Lanzana (2004), algumas empresas do mercado de capitais adotam a postura de divulgar informações voluntárias com objetivos de captarem recursos dos investidores, apresentarem diferenciais em relação à concorrência, serem avaliadas de forma mais adequada, além de manterem um bom relacionamento com o mercado pautado na transparência dos negócios. Nesse tipo de mercado, o grau de participação de investidores na empresa vai depender do tipo de informação por ela disponibilizado.

Procianoy e Rocha (2002, p. 1) explicitam que “as decisões de investimentos são tomadas pelos investidores de acordo com a quantidade e qualidade de informações que as empresas disponibilizam a eles e ao mercado financeiro como um todo”. A postura da empresa em evidenciar informações voluntárias sobre os investimentos realizados em Capital Intelectual e os resultados obtidos pode representar um diferencial competitivo no momento de atrair e reter investidores.

Queiroz (2005) considera que, do ponto de vista do investidor, a procura pelo volume de informações acerca do Capital Intelectual aumentou, devido às projeções e avaliações serem mais reais, diminuindo o risco no investimento e pela própria percepção do mercado de que as finanças corporativas são regidas por novos paradigmas. Por esses motivos, a autora acredita que as empresas mais comprometidas com a prática da evidenciação do seu Capital Intelectual serão as mais valorizadas.

Como o recurso do conhecimento é considerado hoje, por muitos estudiosos, o principal ativo das organizações, a evidenciação desse tipo de informação ao mercado

proporciona ao investidor o conhecimento mais real do valor da empresa e de suas tendências futuras, bem como aumenta a sua segurança no investimento.

Na subseção seguinte serão apresentadas as formas de evidenciação das informações contábeis.

### 3.3.1 Evidenciação Voluntária e Compulsória

A evidenciação de informações contábeis envolvendo aspectos econômicos, financeiros, sociais, ambientais, de produtividade e de gestão entre outros, estão cada vez mais presentes nos relatórios corporativos, em decorrência das mudanças ocorridas no ambiente social, cultural e econômico da sociedade do conhecimento.

Para garantir a qualidade das informações divulgadas, os órgãos regulamentadores estabelecem um conjunto mínimo de informações a serem disponibilizadas pelas empresas de capital aberto:

- Lei nº 6404/76 – dispõe sobre os itens compulsórios dos relatórios tradicionais;
- Parecer de Orientação da CVM nº 15 de 1987 – sugere a evidenciação voluntária de um conjunto de informações relevantes para o mercado.

As exigências legais não impedem as empresas de complementarem seus relatórios com informações voluntárias para que os interessados nos seus ativos tenham condições de formar uma opinião correta sobre a sua realidade.

Para Ponte, Oliveira e Moura (2007, p. 5), “as informações divulgadas nos demonstrativos tradicionais parecem não atender às necessidades dos usuários”. Com isso, nota-se um crescente aumento de informações voluntárias adicionais no Relatório Anual e das Notas Explicativas das empresas que detêm essa prática.

Quinteiro e Medeiros (2005, p. 7) “sugerem que a regulamentação (evidenciação compulsória) é necessária para o estabelecimento de padrões mínimos de evidenciação, uma vez que os limites da evidenciação voluntária estão, fundamentalmente, associados aos interesses da firma”.

Dessa forma, o interesse na evidenciação do Capital Intelectual depende da própria empresa em gerenciá-lo internamente e dos usuários externos que necessitam desse tipo de informação para suprir o seu processo decisório (BACKES, OTT e WIETHAEUPER, 2005).

Sabe-se que a divulgação de informações sobre o Capital Intelectual é voluntária e

depende somente da iniciativa da empresa em publicar elementos dessa natureza para os usuários externos.

São duas as principais finalidades identificadas por Sveiby (1998) na divulgação voluntária dos investimentos em Capital Intelectual:

- Na apresentação externa, a empresa se descreve da forma mais precisa possível para os *stakeholders* interessados pela informação contábil, a fim de que possam avaliar a qualidade da sua gerência e o potencial de geração de valor.
- Na apresentação interna, a avaliação é feita para a gerência, que precisa conhecer a empresa para monitorar o seu progresso e tomar medidas corretivas.

Além da divulgação de informações compulsórias, as empresas podem melhorar sua reputação no mercado ao apresentar de forma voluntária informações contábeis adicionais.

Na subseção a seguir, serão apresentados os principais motivos da relutância das empresas em divulgar informações contábeis ao público em geral.

### 3.3.2 Relutância de Divulgação nas Empresas

As razões da resistência das empresas em divulgar suas informações com profundidade ao mercado, segundo Hendriksen e Van Brenda (1999, p. 516) são:

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

Os argumentos apresentados mostram uma visão conservadora por parte das empresas que relutam em publicar informações de natureza não-compulsória. Essas empresas só divulgam informações mediante pressão da comunidade contábil ou do poder público.

As empresas que percebem o quanto é importante divulgar informações não-compulsórias como satisfação dos clientes, investimentos em treinamentos, relacionamento com os *stakeholders*, práticas ambientais entre outros elementos, podem apresentar

diferenciais competitivos por mostrarem transparência no negócio e conhecimento sobre o que o seu Capital Intelectual é capaz de proporcionar no presente e futuro.

Na subseção seguinte, serão apresentadas as formas e métodos de evidenciação.

### 3.3.3 Formas e Métodos de Evidenciação

As empresas podem adotar diferentes formas de evidenciação, porém devem fornecer informações em qualidade e quantidade que atendam às necessidades dos usuários das demonstrações contábeis.

Hendriksen e Van Breda (1999, p. 524) e Iudicibus (2004, p. 126) destacam as seguintes formas de evidenciação:

- a) Forma e apresentação das demonstrações contábeis.
- b) Informação entre parênteses.
- c) Notas explicativas.
- d) Quadros e demonstrativos suplementares.
- e) Comentários do auditor; e
- f) Relatório Anual.

As demonstrações contábeis contêm informações sobre a situação patrimonial, financeira e econômica da empresa e normalmente proporcionam a maior quantidade de evidenciação.

As informações entre parênteses são utilizadas para informações curtas ou destaques a determinados itens das demonstrações.

As notas explicativas fornecem informações que não podem ser descritas no corpo de uma demonstração, sem reduzir sua clareza;

Os quadros suplementares são usados para detalhar itens já evidenciados nos demonstrativos.

Os comentários do auditor atestam sobre a veracidade das informações e validam os métodos e procedimentos contábeis utilizados.

Os Relatórios Anuais são de natureza descritiva e são o meio pelo qual a empresa divulga as políticas de investimento, expectativas futuras, os recursos humanos disponíveis, informações sobre Capital Intelectual, etc. Segundo Quinteiro e Medeiros (2005), devem ser analisados com cautela, pois pode haver excesso de otimismo por parte da empresa.

As formas de evidenciação podem variar, mas, de acordo com Iudícibus (2004, p. 120), “a essência é sempre a mesma: apresentar informação quantitativa e qualitativa de maneira ordenada, deixando o menos possível para ficar de fora dos demonstrativos formais, a fim de propiciar uma base de informação adequada ao usuário”.

Essa linha de pensamento também é confirmada por Dias (2000) ao enfatizar a importância da empresa em comunicar informações com clareza, ordenamento e responsabilidade, independente da forma de evidenciação escolhida.

As empresas têm utilizado o Relatório Anual como o principal instrumento para divulgar elementos do seu Capital Intelectual. Por ser menos técnico e de linguagem mais acessível, ele consegue atingir um maior número de usuários. O Relatório Anual, utilizado pela pesquisadora para identificar os elementos de Capital Intelectual dos bancos, será discutido na seção seguinte.

### 3.4 RELATÓRIO ANUAL

O Relatório Anual é um importante e necessário complemento às demonstrações contábeis e integra o conjunto de informações obrigatórias disponibilizadas pelas companhias abertas na prestação de contas aos usuários externos.

As informações do Relatório da Anual são de caráter não financeiro e abrangem operações que afetam a empresa, como expectativas em relação ao futuro, planos de crescimento, valor de gastos efetuados ou a efetuar no orçamento de capital ou em pesquisa e desenvolvimento (IUDÍCIBUS, 2004).

No Brasil, de acordo com a Lei nº 6.404, art. 133, de 15 de dezembro de 1976, o Relatório Anual deve ser publicado juntamente com as demonstrações contábeis tradicionais do encerramento do exercício social, devendo conter as seguintes informações (IUDÍCIBUS, MARTINS e GELBCKE, 2007, p. 458):

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

O Relatório Anual “deve ser um forte instrumento de comunicação entre a entidade, seus acionistas e a comunidade na qual se insere, posto que sua adequada elaboração proporcionará tomadas de decisões de melhor qualidade” (IUDÍCIBUS, MARTINS e GELBCKE, 2007, p. 456). Dessa forma, o Relatório Anual procura evidenciar um conjunto de informações adicionais com o objetivo de proporcionar aos acionistas conhecimento das ações passadas e tendências futuras da empresa e influenciar suas decisões sobre o investimento no negócio.

Segundo Backes, Ott e Wiethaeuper (2005), os Relatórios Anuais podem demonstrar aos *stakeholders* informações referentes ao Capital Intelectual das empresa, por serem menos técnicos e abrangerem informações consideradas espontâneas. Assim, eles possibilitam aprimorar o processo de tomada de decisões dos usuários e apóiam os objetivos da contabilidade na evidenciação de informações que possam contribuir na avaliação de tendências e predições futuras acerca das empresas.

#### 3.4.1 Conteúdo Proposto pela Comissão de Valores Imobiliários

A Lei nº 6.385, de 7 de dezembro de 1976, dá competência à CVM para estabelecer normas sobre o Relatório Anual. Em razão desse fato, a CVM pronunciou-se por meio do Parecer de Orientação nº 15, de 28 de dezembro de 1987, recomendando a divulgação de alguns itens facultativos no Relatório Anual. A CVM entende ser necessário complementar as informações mínimas determinadas pela Lei nº 6.404/76. O Quadro 10 apresenta a relação dos itens que devem ser também evidenciados no Relatório Anual, conforme Orientação nº 15/87:

<b>TIPOS DE INFORMAÇÕES</b>
a) descrição dos negócios, produtos e serviços – histórico das vendas físicas dos últimos dois anos e vendas em moeda de poder aquisitivo da data do encerramento do exercício social; é recomendável também a descrição e análise por segmento ou linha de produto, quando relevantes para a sua compreensão e avaliação;
b) comentários sobre a conjuntura econômica geral – concorrência nos mercados, atos governamentais e outros fatores exógenos relevantes sobre o desempenho da companhia;
c) recursos humanos – número de empregados no término dos dois últimos exercícios e <i>turnover</i> nos dois últimos anos, segmentação da mão-de-obra segundo a localização geográfica, nível educacional ou produto, investimento em treinamento, fundos de seguridade e outros planos sociais;

d) investimentos – descrição dos principais investimentos realizados, objetivo, montantes e origens dos recursos alocados;
e) pesquisa e desenvolvimento – descrição sucinta dos projetos, recursos alocados, montantes aplicados e situação dos projetos;
f) novos produtos e serviços – descrição de novos produtos, serviços e expectativas a eles relativas;
g) proteção ao meio-ambiente – descrição e objetivo dos investimentos efetuados e montante aplicado;
h) reformulações administrativas – descrição das mudanças administrativas, reorganizações societárias e programas de racionalização;
i) investimentos em controladas e coligadas – indicação dos investimentos efetuados e objetivos pretendidos com as inversões;
j) direitos dos acionistas e dados de mercado – políticas relativas à distribuição de direitos, desdobramentos e grupamentos; valor patrimonial por ação, negociação e cotação das ações em Bolsa de Valores;
l) perspectivas e planos para o exercício em curso e os futuros – poderá ser divulgada a expectativa da administração quanto ao exercício corrente, baseada em premissas e fundamentos explicitamente colocados, sendo que esta informação não se confunde com projeções por não ser quantificada; e
m) em se tratando de companhias de participações, o relatório deve contemplar as informações acima mencionadas, mesmo que de forma mais sintética, relativas às empresas investidas.
n) fontes de obtenção de recursos – divulgação das principais formas de financiamento das atividades, com ênfase para a obtenção de recursos via mercados de capitais.
o) itens fora do balanço – destaque e comentários sobre o montante e o risco da realização dos itens conhecidos, mas não contabilizados nas demonstrações contábeis por não se adequarem às atuais normas de contabilidade vigente no Brasil.

**Quadro 10: Divulgação de informações voluntárias no Relatório Anual - CVM**

Fonte: Adaptado de Iudícibus, Martins e Gelbcke (2007).

O Relatório Anual é um importante instrumento que os bancos utilizam para evidenciar voluntariamente os elementos do Capital Intelectual como o investimento em tecnologia da informação, em treinamento, novos serviços e produtos, educação dos colaboradores, dentre outros. Entretanto “não existe obrigatoriedade de evidenciar o Capital Intelectual, porém, cada companhia tem um objetivo próprio e um público alvo na divulgação de determinada informação” (BACKES, OTT e WIETHAEUPER, 2005, p. 4).

A próxima seção apresenta os resultados da pesquisa a fim de alcançar os objetivos geral e específicos desta monografia.



## 4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

Neste capítulo, são apresentados os resultados da pesquisa sobre a evidenciação voluntária dos elementos de Capital Intelectual extraídos dos Relatórios Anuais disponíveis nas *homepages* de 19 bancos brasileiros, classificados por patrimônio líquido, segundo a listagem da *Revista Exame Melhores e Maiores* (2007).

A evidenciação de CI nos Relatórios Anuais dos bancos brasileiros é examinada sob cinco perspectivas:

- Inicialmente é avaliada a frequência de divulgação dos elementos de CI e identificada a categoria mais representativa nos anos de 2006 e 2007.
- Em seguida, é apresentada a natureza de evidenciação do CI, por meio de excertos extraídos dos relatórios.
- Na seqüência, são comparados os resultados entre os anos analisados.
- Em seguida, os resultados dos bancos privados são cotejados com os bancos públicos.
- Por fim, são apresentados depoimentos/manifestações de recursos intangíveis encontrados nos RAs.

### 4.1 FREQUÊNCIA DE EVIDENCIAÇÃO DE CI – ANO 2006

Nesta seção, apresentam-se os resultados da pesquisa referente à análise dos elementos do CI, extraídos dos RAs disponíveis nas *homepages* dos bancos referentes ao ano de 2006.

Os elementos de CI propostos por Sveiby (1997 *apud* CARVALHO, ENSSLIN e IGARASHI, 2006) foram examinados nos Relatórios Anuais por meio da metodologia de Guthrie *et al.* (1999 *apud* CARVALHO, ENSSLIN, S. e IGARASHI, 2006).

Os bancos da amostra receberam uma numeração para facilitar a sua identificação. Essa numeração inicia no número 1 que corresponde ao banco Bradesco e termina no número 19, referindo-se ao banco BRB, conforme consta no Quadro 2.

O Quadro 11 exhibe as frequências encontradas na análise de conteúdo dos RAs dos 19 bancos da amostra, em relação ao ano de 2006.

CAPITAL INTELECTUAL																					
Ano: 2006	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	Total	%
<b>1 Capital Interno</b>																					
1.1 Propriedade Industrial																					
1.1.1 Patentes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
1.1.2 Direitos Autorais	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	5%
1.1.3 Marcas Registradas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
1.2 Recursos de Infra-Estrutura																					
1.2.1 Filosofia Gerencial	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	14	74%
1.2.2 Cultura Corporativa	1	1	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1	13	68%
1.2.3 Processos Gerenciais	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	0	1	1	15	79%
1.2.4 Sistemas de Informação	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	0	0	0	12	63%
1.2.5 Sistemas de Relacionamento	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	0	0	1	14	74%
1.2.6 Relações Financeiras	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	19	100%
<b>2 Capital Externo</b>																					
2.1 Tipos de Produtos e Serviços	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	16	84%
2.2 Clientes	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	16	84%
2.3 Fidelidade de Clientes	1	1	0	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	8	42%
2.4 Nome da Companhia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	17	89%
2.5 Canal de Distribuição	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	1	1	14	74%
2.6 Colaboração nos Negócios	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	13	68%
2.7 Acordo Licenciado	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	11%
2.8 Contrato Favorável	1	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	5	26%
2.9 Acordo de <i>Franshising</i>	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
<b>3 Competência dos Funcionários</b>																					
3.1 <i>Know-how</i>	1	1	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	8	42%
3.2 Educação	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	10	53%
3.3 Qualificação Vocacional	1	1	1	1	0	1	1	1	0	0	1	0	1	0	1	1	0	0	1	12	63%
3.4 Conhecimento Relacionado ao Trabalho	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	17	89%
3.5 Competências Relacionadas ao Trabalho	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	0	0	0	11	58%
3.6 Espírito Empreendedor	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	0	0	1	0	0	0	0	1	0	9	47%
<b>TOTAL</b>	<b>20</b>	<b>19</b>	<b>17</b>	<b>16</b>	<b>12</b>	<b>18</b>	<b>13</b>	<b>16</b>	<b>13</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>7</b>	<b>14</b>	<b>9</b>	<b>13</b>	<b>15</b>	<b>5</b>	<b>7</b>	<b>9</b>	<b>246</b>	<b>54%</b>

Quadro 11: Frequência de divulgação dos elementos de CI dos bancos – 2006

Fonte: Dados da pesquisa.

Os dados do Quadro 11 revelam que da amostra pesquisada todos os bancos apresentaram evidenciação voluntária de algum elemento de CI no ano de 2006, porém nenhum banco evidenciou 100% os 24 componentes que integram a matriz desse estudo.

Observa-se pelo preenchimento do Quadro 11 que os bancos da amostragem em sua totalidade, ao evidenciarem o seu CI, utilizaram da produção narrativa (código 1).

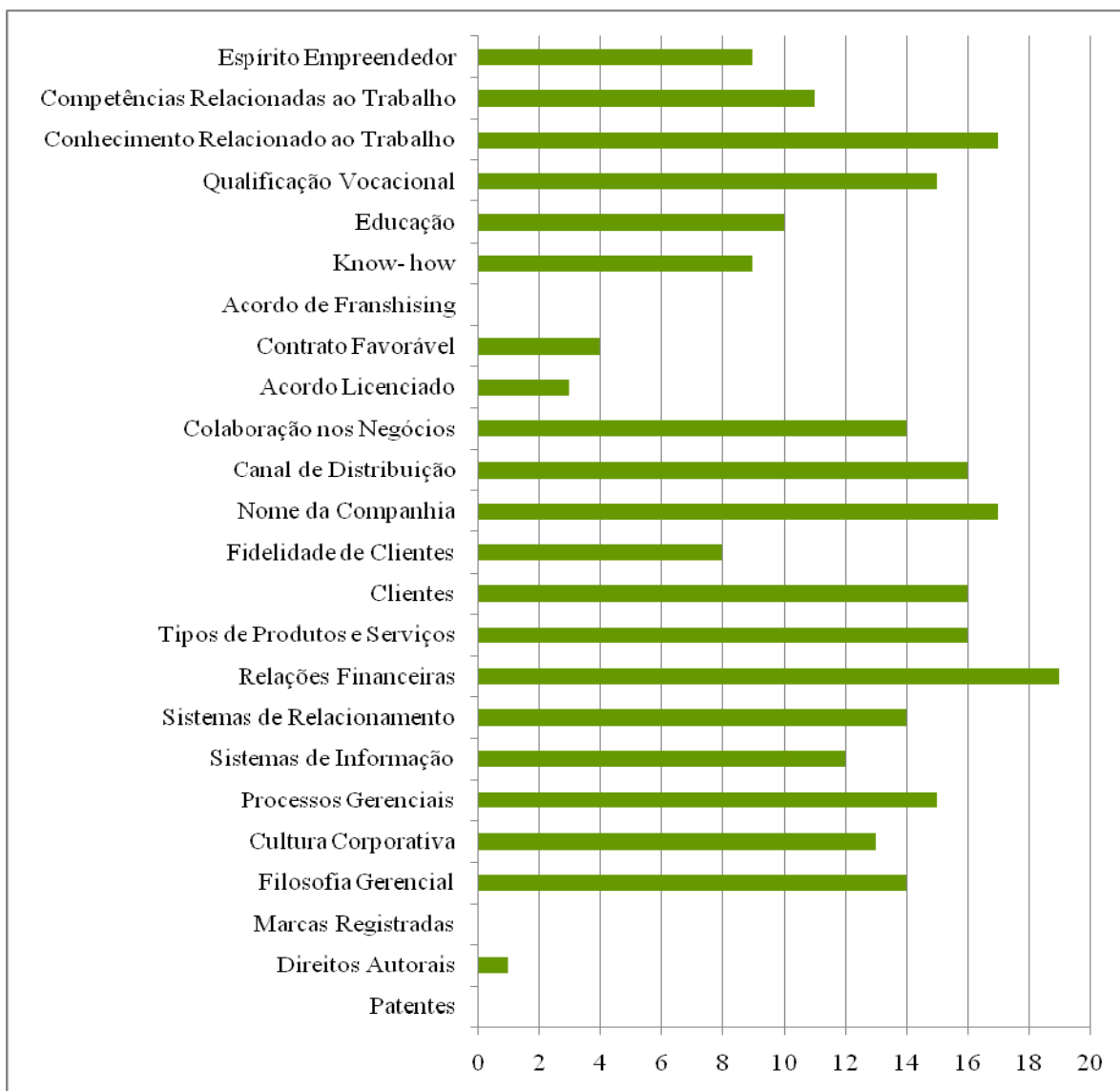
As informações evidenciadas de CI nas categorias Capital Externo, Capital Interno e Competências do Funcionário totalizaram 246 ocorrências, correspondendo a 54% de frequência de divulgação (246 elementos identificados / 456 elementos possíveis).

Essa frequência de divulgação expressiva pode ser explicada pela análise de a pesquisa abranger apenas um segmento do mercado, os bancos.

Ao analisar os Relatórios Anuais das *homepages*, a pesquisadora observou que eles são amplamente utilizados pelos bancos para mostrarem aos diversos públicos as práticas de recursos humanos, a transparência no sistema de gestão, o seu comprometimento social e ambiental voltados especialmente para o desenvolvimento sustentável. O RA é um importante instrumento estratégico que os bancos utilizam para apresentar ao mercado informações de caráter voluntário como o Capital Intelectual.

Os bancos com maior destaque na evidenciação do CI são: Bradesco com 20 elementos que correspondem a 83%; seguido do Banco do Brasil, com 19 elementos (79%); e do Banco Santander, com 18 elementos (75%). Em contrapartida, os bancos ABC Brasil e BMG foram os que menos evidenciaram essas informações com 5 e 7 elementos respectivamente (21% e 29%).

O Gráfico 1 apresenta, de forma geral, os dados do Quadro 11, a fim de facilitar a identificação e visualização dos elementos do CI evidenciados pelos bancos.



**Gráfico 1: Elementos evidenciados do CI dos bancos – ano de 2006**

Fonte: Elaboração própria.

Em linhas gerais, o Gráfico 1 aponta que voluntariamente o elemento mais evidenciado foi “Relações Financeiras”, divulgado por 19 bancos, seguido de “Conhecimento Relacionado ao Trabalho” e “Nome da Companhia” evidenciado por 17 bancos. Esses elementos com maior destaque de evidenciação no ano de 2006 pertencem à categoria Capital Externo, Competências de Funcionários e Capital Interno. O alinhamento dessas três categorias pelos bancos pode vir a fortalecer os negócios e apresentar diferenciais competitivos em relação à concorrência.

O elemento Relações Financeiras foi o único divulgado 100% pelos bancos. O tipo de atividade que o banco exerce explica esse índice tão pleno. A disponibilização de

informações do desempenho econômico e financeiro do banco é importante para proporcionar segurança aos diversos *stakeholders*, atrair novos investidores e clientes.

Os elementos Marcas Registradas, Patentes e Acordos de *Franshising* não foram evidenciados por nenhum banco, e Direitos Autorais foi evidenciado apenas uma vez pelo banco Daycoval referindo-se a seu registro do nome de domínio “daycoval.com.br”.

A subseção seguinte mostra a categoria mais representativa do CI dos bancos no ano de 2006.

#### 4.1.1 Categoria mais Representativa – Ano 2006

A matriz desenhada para análise dos resultados nas três categorias Capital Externo, Capital Interno e Competência dos funcionários é desigual quanto ao número de elementos. Para permitir a comparação dos resultados foi necessário a ponderação dos valores. O procedimento a seguir descreve a sistemática adotada.

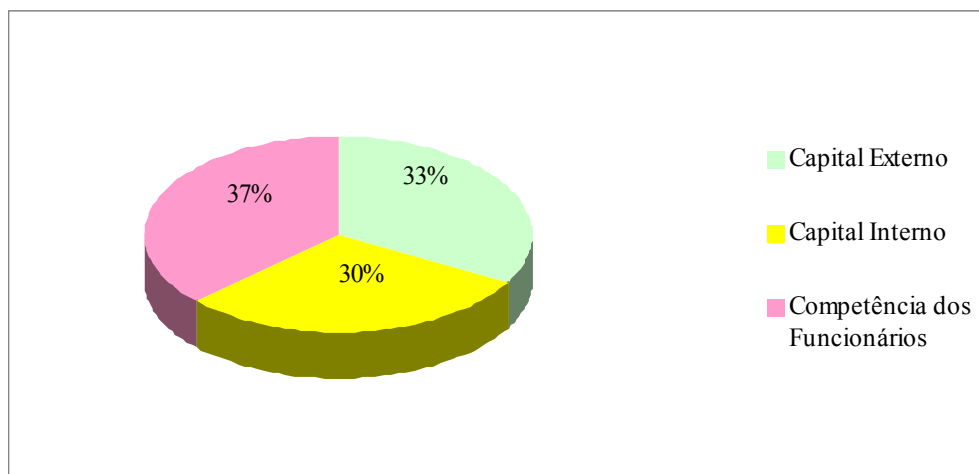
No Capital Externo, caso a evidenciação dos 9 elementos da matriz atingisse 100%, totalizaria 171 elementos (19 bancos x 9 elementos da categoria). Pela análise dos dados, constata-se que 91 elementos foram evidenciados de forma voluntária nessa categoria. Esse total de 91 elementos da análise será dividido por 171, resultando no percentual de 53%.

No Capital Interno, a evidenciação que equivale a 100% apresenta o total de 171 elementos (19 bancos x 9 elementos da categoria). O número de elementos evidenciados 88 será dividido por 171, resultando no percentual de 48%.

Na categoria Competência dos Funcionários, a evidenciação que equivale a 100% apresenta o total de 114 elementos (19 bancos X 6 elementos da categoria). O total de elementos evidenciados 67 será dividido por 114, resultando no percentual de 59%.

Os resultados obtidos por categoria são somados (0,53 + 0,48 + 0,59) para se chegar ao fator ponderador de 1,58. O percentual 0,53 da categoria Capital Externo será dividido pelo fator 1,58, resultando no percentual de 33% . O mesmo procedimento será aplicado para as categoria Capital Interno e Competência dos Funcionários. Assim, foram encontrados os percentuais ponderados por categoria, permitindo a comparação entre os resultados.

O Gráfico 2 mostra o percentual de participação dos bancos por cada categoria.



**Gráfico 2: Categorias de CI – 2006**

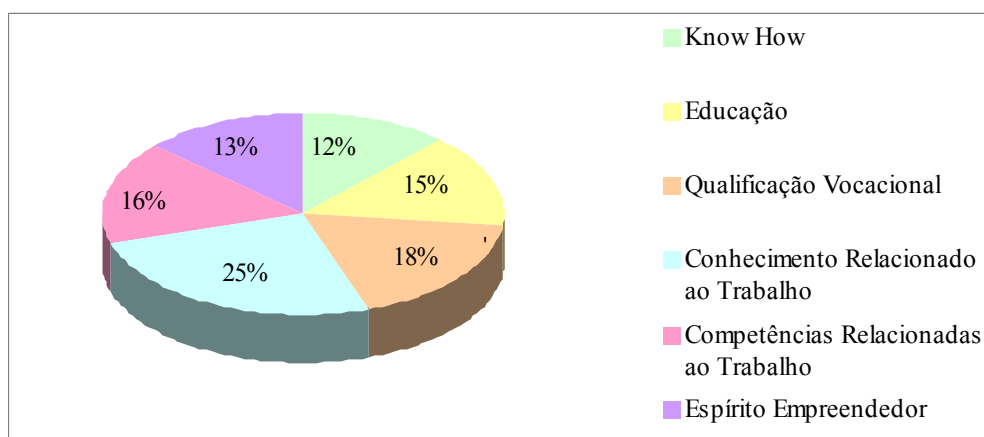
Fonte: Elaboração própria.

A categoria mais representativa no ano de 2006 é Competência dos funcionários com 37% de evidenciação, seguida de Capital Externo com 33% e Capital Interno com 30%.

Para os bancos, o investimento em colaboradores é fundamental para o sucesso e sustentabilidade nos negócios. São as pessoas que fazem a diferença na conquista e retenção dos clientes, no comprometimento com os objetivos do banco, na criação de serviços/produtos diferenciados, na melhoria dos processos e na motivação para o trabalho.

Pela análise do Gráfico 2, observa-se que há um equilíbrio de evidenciação de elementos do CI por categoria, o que reforça a idéia de que os bancos têm a preocupação de divulgar todos o elementos de CI que contribuem para a sua valorização.

O Gráfico 3 apresenta a contribuição percentual de cada elemento da categoria Competência dos funcionários pelo total obtido por essa categoria.



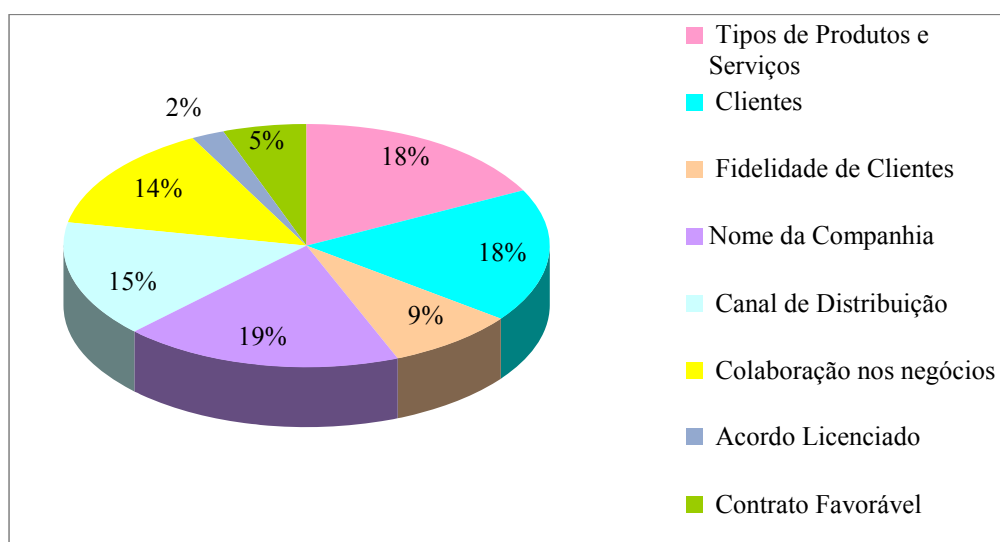
**Gráfico 3: Elementos da categoria Competência dos Funcionários - 2006**

Fonte: Elaboração própria.

A categoria Competência dos funcionários é composta da seguinte forma: Conhecimento Relacionado ao Trabalho (25%), Qualificação Vocacional (18%), Competências Relacionadas ao Trabalho (16%), Educação (15%), Espírito Empreendedor (13%) e *Know-how* (12%).

Os bancos Bradesco, Banco do Brasil e Santander evidenciaram 100% os elementos que constituem a categoria Competência dos Funcionários. Por sua vez, o banco BMG e ABC Brasil não evidenciaram nenhum elemento nesta categoria.

O Gráfico 4 apresenta a contribuição percentual de cada elemento da categoria Capital Externo pelo total obtido por essa categoria.



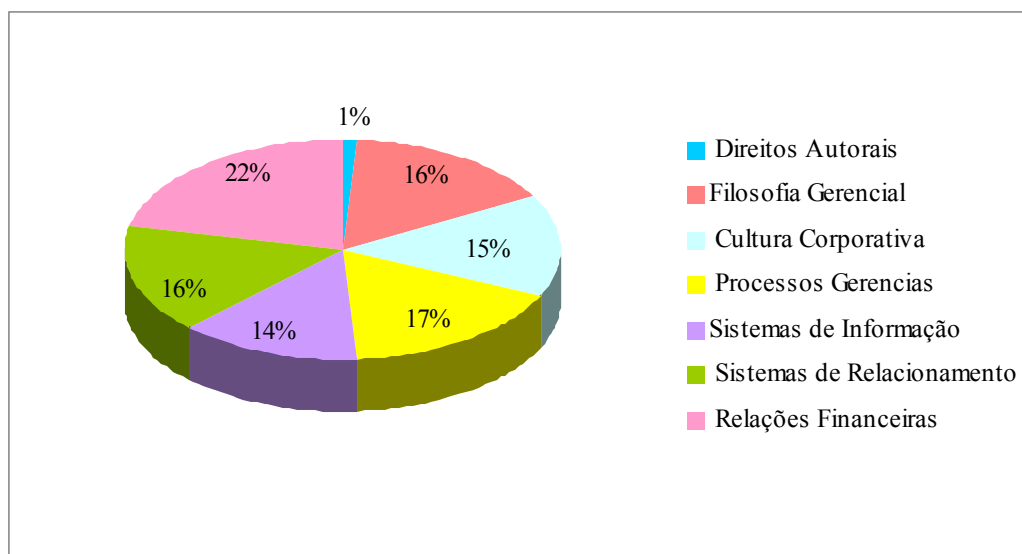
**Gráfico 4: Elementos da Categoria Capital Externo – ano 2006**

Fonte: Elaboração própria.

Na categoria Capital Externo, segundo maior percentual de evidenciação (33%), conforme Gráfico 4, os elementos são constituídos da seguinte forma: Nome da Companhia (19%), Clientes e Tipos de Produtos e Serviços (18%), Canal de Distribuição (15%), Colaboração nos Negócios (14%), Fidelidade de Clientes (9%), Contrato favorável (5%) e Acordo Licenciado (2%). O elemento Acordo de *Franshising* não foi evidenciado.

O banco Bradesco evidenciou 89% de elementos de Capital Externo, seguido pelo Banco do Brasil e Itaú com 78%. Em situação oposta, o banco BRB foi o que menos evidenciou elementos desta categoria, 22%.

O Gráfico 5 apresenta a contribuição percentual de cada elemento da categoria Capital Interno pelo total obtido por essa categoria.



**Gráfico 5: Elementos da categoria Capital Interno – 2006**  
 Fonte: Elaboração própria.

Na categoria Capital Interno, os elementos dos bancos são constituídos da seguinte forma: Relações Financeiras (22%), Processos Gerenciais (17%), Filosofia Gerencial e Sistemas de Relacionamentos (16%), Cultura Corporativa (15%), Sistemas de Informações (14%) e Direitos Autorais (1%). Os elementos Patentes e Marcas Registradas não foram evidenciados.

Os bancos que mais evidenciaram a categoria Capital Interno foram o Bradesco, Banco do Brasil e Itaú com 87% de elementos. Em oposição, o banco Banestes evidenciou apenas 22% de elementos dessa categoria.

Após apresentar a frequência de divulgação dos elementos de CI e identificar a categoria de CI mais representativa do ano de 2006, passa-se, a seguir, a mostrar os resultados da pesquisa referentes ao ano de 2007.

#### 4.2 EVIDENCIAÇÃO DO CAPITAL INTELECTUAL DOS BANCOS – ANO 2007

Nesta seção, serão apresentados os elementos de CI evidenciados voluntariamente pelos 19 bancos da amostra e a categoria mais representativa

O Quadro 12 identifica o resultado da pesquisa no ano de 2007.



CAPITAL INTELECTUAL																					
Ano: 2007	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	Total	%
<b>1 Capital Interno</b>																					
1.1 Propriedade Industrial																					
1.1.1 Patentes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
1.1.2 Direitos Autorais	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
1.1.3 Marcas Registradas	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1
1.2 Recursos de Infra-Estrutura																					
1.2.1 Filosofia Gerencial	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	0	0	1	14	74%
1.2.2 Cultura Corporativa	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	1	0	0	14	74%
1.2.3 Processos Gerenciais	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	17	89%
1.2.4 Sistemas de Informação	1	1	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	15	79%
1.2.5 Sistemas de Relacionamento	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	1	0	1	1	0	1	1	14	74%
1.2.6 Relações Financeiras	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	19	100%
<b>2 Capital Externo</b>																					
2.1 Tipos de Produtos e Serviços	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	1	16	84%
2.2 Clientes	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	16	84%
2.3 Fidelidade de Clientes	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	8	42%
2.4 Nome da Companhia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	17	89%
2.5 Canal de Distribuição	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	16	84%
2.6 Colaboração nos Negócios	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	1	13	68%
2.7 Acordo Licenciado	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5%
2.8 Contrato Favorável	1	1	1	1	0	1	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	7	37%
2.9 Acordo de <i>Franshising</i>	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	5%
<b>3 Competência dos Funcionários</b>																					
3.1 <i>Know-how</i>	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	1	0	0	8	42%
3.2 Educação	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	13	68%
3.3 Qualificação Vocacional	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	0	15	79%
3.4 Conhecimento Relacionado	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	17	89%
ao Trabalho																					
3.5 Competências Relacionadas	1	1	1	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0	0	0	12	63%
ao Trabalho																					
3.6 Espírito Empreendedor	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0	1	0	1	0	1	12	63%
<b>Total</b>	<b>20</b>	<b>20</b>	<b>19</b>	<b>18</b>	<b>14</b>	<b>21</b>	<b>12</b>	<b>16</b>	<b>12</b>	<b>13</b>	<b>14</b>	<b>6</b>	<b>16</b>	<b>10</b>	<b>17</b>	<b>14</b>	<b>7</b>	<b>9</b>	<b>9</b>	<b>267</b>	<b>59%</b>

Quadro 12: Frequência de divulgação dos elementos de CI dos bancos – 2007

Fonte: Dados da pesquisa.

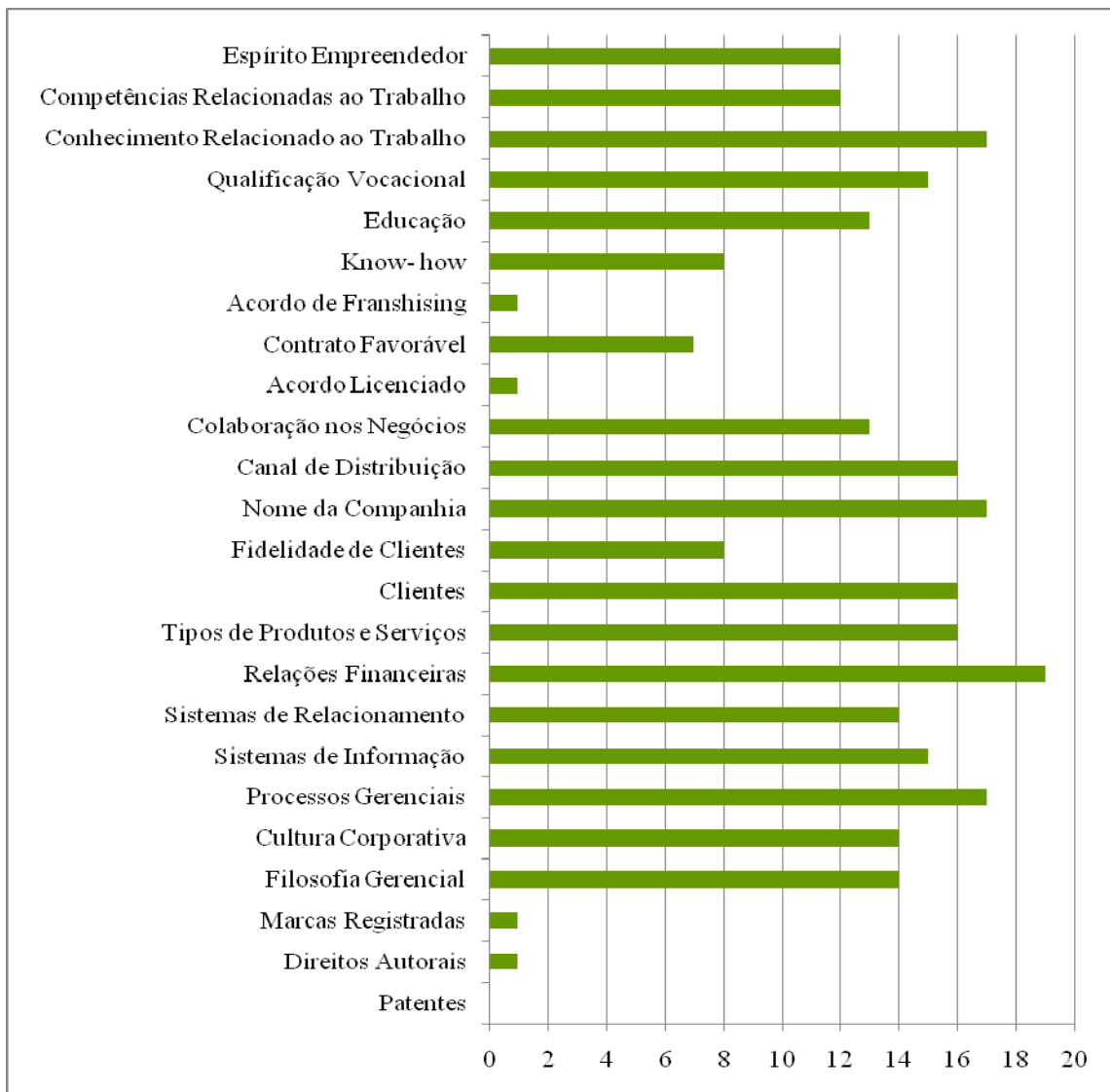
No ano de 2007, todos os bancos apresentaram evidenciação voluntária de algum elemento de CI.

Os dados do Quadro 12 revelam que os bancos da amostra em sua totalidade, ao evidenciar o seu CI, utilizaram a produção narrativa (código 1).

Os elementos evidenciados de CI nas categorias Capital Externo, Capital Interno e Competências do Funcionário totalizaram 267 ocorrências, correspondendo a 59% de frequência de divulgação (267 elementos identificados / 456 elementos possíveis).

Na análise vertical de 2007, os bancos Santander (6), o Banco do Brasil (2) e o Bradesco (1) foram os que mais divulgaram informações de CI com índices de 88% e 83% respectivamente. No extremo oposto, os bancos BMG (12), ABC Brasil (17) foram os que menos evidenciaram essas informações, com respectivamente 25% e 29% de incidência.

O Gráfico 6 apresenta de forma geral os dados do Quadro 12, a fim de facilitar a identificação e visualização dos elementos do CI evidenciados pelos bancos.



**Gráfico 6: Elementos evidenciados de CI pelos bancos – 2007**  
Fonte: Elaboração própria.

Pela análise do Gráfico 6, constata-se que voluntariamente o elemento mais evidenciado em 2007 foi Relações Financeiras, seguido de Processos Gerenciais, Nome da Companhia e Competências Relacionadas ao Trabalho.

O elemento Relações Financeiras foi o único divulgado 100%. O tipo de atividade exercida pelo banco justifica esse índice ser tão expressivo.

Quanto a Processos Gerenciais, nota-se que 17 bancos divulgaram essas informações. Pela análise dos relatórios, observa-se que há uma preocupação acentuada dos bancos em divulgar metodologias, ferramentas e ações adotadas para melhorar o fluxo de informações e ajustar os processos.

A subcategoria Nome da Companhia também foi evidenciada por 17 bancos. Percebe-se uma preocupação dos bancos em divulgar o seu perfil e o reconhecimento da sua marca no mercado como forma de reter e conquistar novos clientes, investidores e estreitar parcerias.

Quanto a Competências Relacionadas ao Trabalho, 17 bancos divulgam essa informação. A capacitação do quadro de colaboradores é uma necessidade dos bancos que perseguem a qualidade nos serviços/produtos e buscam melhorar seus processos internos e vem confirmar que os principais ativos da organização são as pessoas.

O elemento Patentes não foi evidenciado por nenhum banco e Direitos Autorais, Marcas Registradas, Acordo de *Franshising* e Acordo Licenciado foi divulgado apenas uma vez.

A subseção seguinte apresenta a categoria mais representativa do CI dos bancos no ano de 2007.

#### 4.2.1 Categoria mais Representativa – Ano 2007

Para compor o percentual de participação dos bancos nas categorias Capital Externo, Capital Interno e Competência dos funcionários no ano de 2007, utilizou-se a mesma metodologia de cálculo para o ano de 2006. O procedimento a seguir descreve a sistemática adotada.

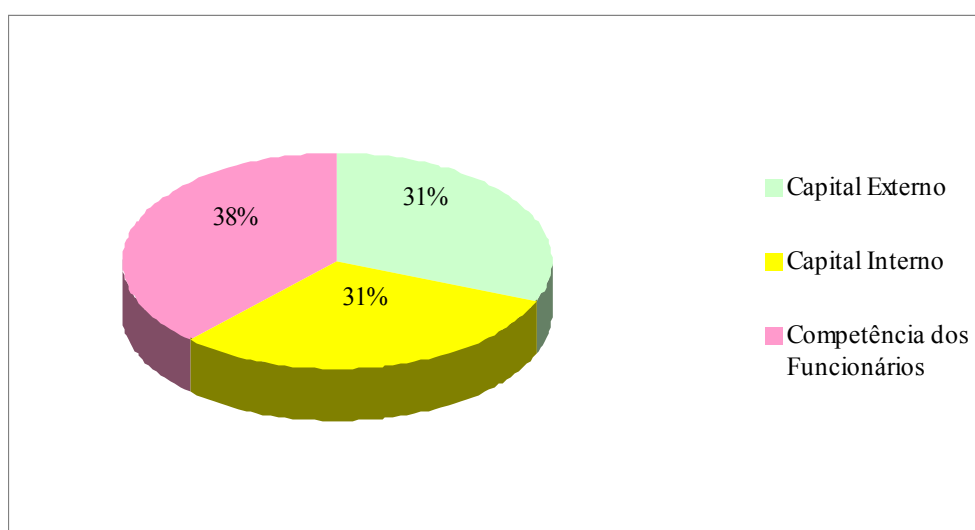
No Capital Externo, a evidenciação que equivalente a 100% apresenta o total de 171 elementos (19 bancos x 9 elementos da categoria). O total de elementos da análise 95 será dividido por 171, resultando no percentual de 56%.

No Capital Interno, a evidenciação que equivale a 100% apresenta o total de 171 elementos (19 bancos x 9 elementos da categoria). O número de elementos evidenciados 95 será dividido por 171, resultando no percentual de 56%.

Na categoria Competência dos Funcionários, a evidenciação que equivale a 100% apresenta o total de 114 elementos (19 bancos X 6 elementos da categoria). O total de elementos evidenciados 77 será dividido por 114, resultando no percentual de 68%.

Os resultados obtidos por categoria são somados (0,56 + 0,56 + 0,68) para se chegar ao fator ponderador de 1,80. O percentual 0,56 da categoria Capital Externo será dividido pelo fator 1,80, resultando no percentual de 31%. O mesmo procedimento será aplicado para as categoria Capital Interno e Competência dos Funcionários. Assim, foram encontrados os percentuais ponderados por categoria, permitindo a comparação entre os resultados.

O Gráfico 7 mostra o percentual de participação dos bancos por cada categoria.



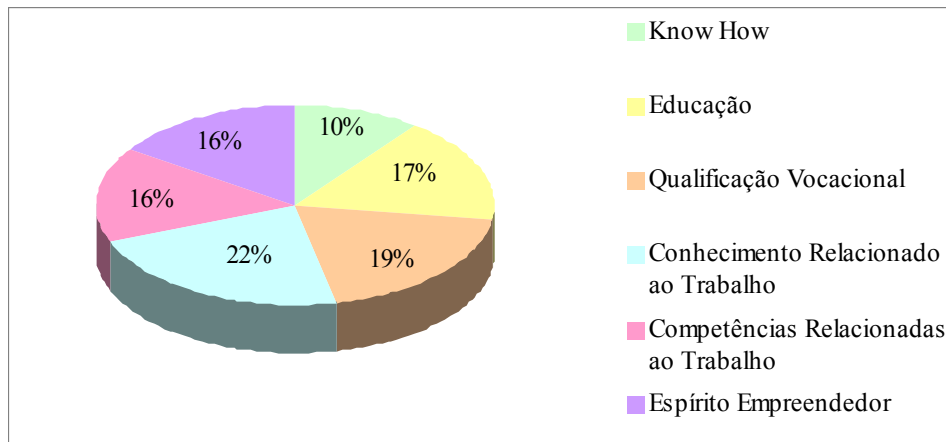
**Gráfico 7: Categoria de CI – Ano de 2007**

Fonte: Elaboração própria.

A categoria mais representativa no ano de 2007 é Competência dos funcionários com 38% de evidenciação, seguida de Capital Externo com 31% e Capital Interno com 31%.

Pela análise do Gráfico 7, observa-se um equilíbrio de evidenciação de elementos do CI por categoria, o que demonstra que os bancos têm a preocupação de alinhar essas três categorias para alcançar melhores resultados.

O Gráfico 8 apresenta a contribuição percentual de cada elemento da categoria Competência dos funcionários pelo total obtido por essa categoria.



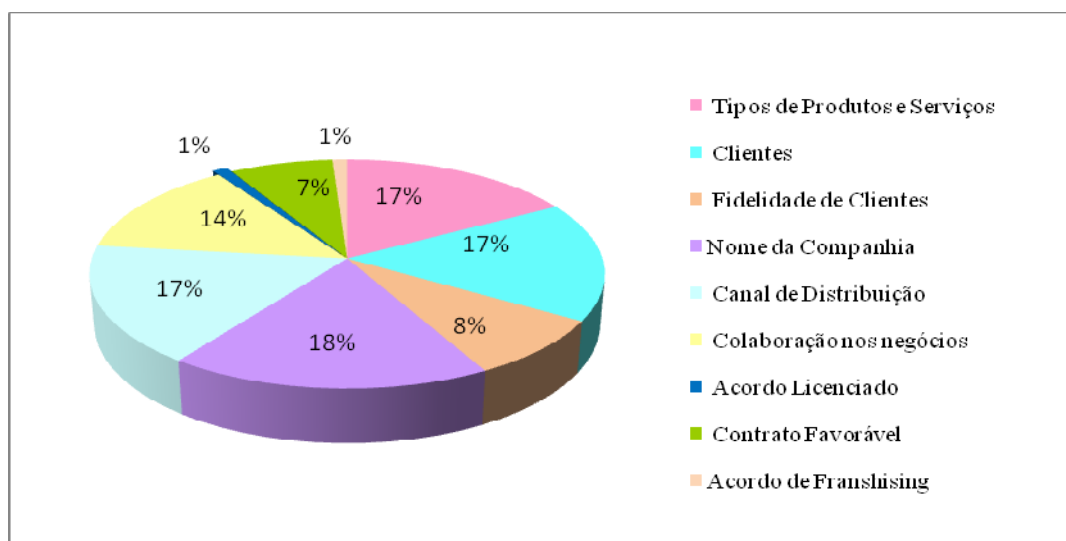
**Gráfico 8: Elementos da Competência dos Funcionários – Ano 2007**

Fonte: Elaboração própria.

A categoria Competência dos Funcionários é composta da seguinte forma: Conhecimento Relacionado ao Trabalho (22%), Qualificação Vocacional (19%), Educação (17%), Competências Relacionadas ao Trabalho e Espírito Empreendedor (16%) e *Know-how* (10%).

Os bancos Bradesco, Banco do Brasil, Itaú, Santander e BICBanco evidenciaram 100% os elementos que constituem a categoria Competência dos Funcionários. Por sua vez, o banco BMG evidenciou apenas o elemento Competências Relacionadas ao Trabalho.

O Gráfico 9 apresenta a contribuição percentual de cada elemento da categoria Capital Externo pelo total obtido por essa categoria.



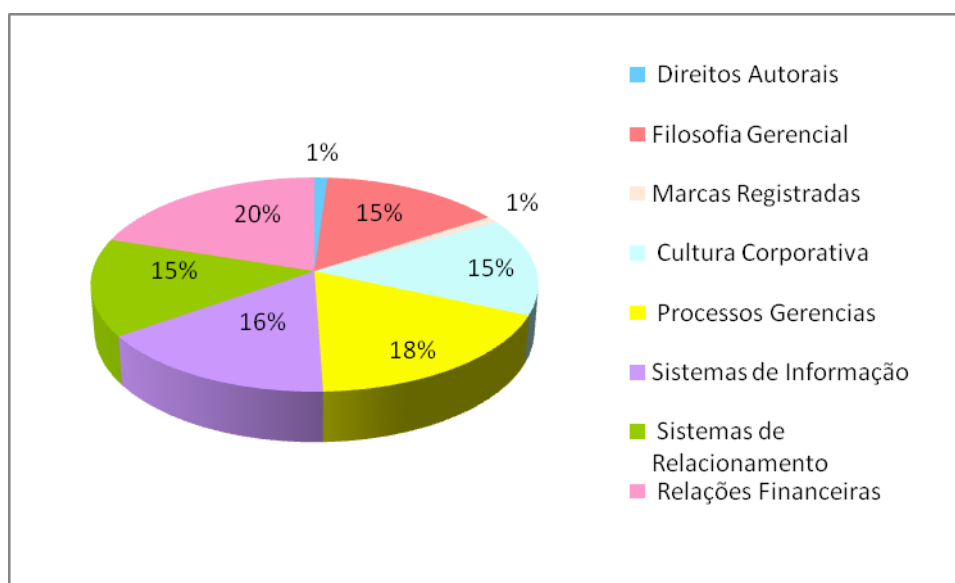
**Gráfico 9: Elementos de Capital Externo – 2007**

Fonte: Elaboração própria.

Na categoria Capital Externo, com percentual de evidenciação de 31%, conforme Gráfico 9, os elementos são constituídos da seguinte forma: Nome da Companhia (18%), Cliente, Tipos de Produtos e Serviços e Canal de Distribuição (17%), Colaboração nos Negócios (14%), Fidelidade de Clientes (8%), Contrato Favorável (7%), Acordo Licenciado e Acordo de *Franshising* (1%).

O banco Bradesco e o Santander evidenciaram 89% de elementos de Capital Externo, seguido pelo Banco do Brasil, Itaú, Unibanco e Nossa Caixa com 78%. Em situação oposta, o banco ABC Brasil evidenciou apenas 11% dos elementos desta categoria.

O Gráfico 10 apresenta a contribuição percentual de cada elemento da categoria Capital Interno pelo total obtido por essa categoria.



**Gráfico 10: Elementos de Capital Interno – Ano 2007**

Fonte: Elaboração própria.

Na categoria Capital Interno, os elementos dos bancos são constituídos da seguinte forma: Relações Financeiras (20%), Processos Gerenciais (18%), Sistemas de Informação (16%), Filosofia Gerencial, Cultura Corporativa e Sistemas de Relacionamento (15%), Marcas Registradas e Direitos Autorais (1%). O elemento Patentes não foi evidenciado.

Os bancos que mais evidenciaram a categoria Capital Interno foram o Banco do Brasil e o Santander com 78% de elementos. Em oposição, o banco ABC Brasil evidenciou apenas 22% de elementos dessa categoria.

Após apresentar a frequência de divulgação dos elementos de Capital Intelectual do ano de 2007 e identificar a categoria mais representativa, passa-se, a seguir, à apresentação da natureza de evidenciação do CI pelos bancos.

#### 4.3 NATUREZA DA EVIDENCIAÇÃO DO CI

Nos anos de 2006 e 2007, os bancos da amostra, em sua totalidade, utilizaram-se da produção textual (narrativa) para evidenciar o seu CI. Para ilustrar essa constatação, reproduzem, a seguir, alguns exemplos de divulgação do Capital Intelectual extraídos dos Relatórios Anuais. O objetivo é ilustrar a natureza das evidenciações de CI e a forma como a pesquisadora procedeu à leitura dos RAs, analisou as informações e associou ao respectivo elemento com o qual estava correlacionado.

Cumprir observar que os valores monetários (código 3) mencionados nos excertos ilustrativos não podem ser associados, diretamente, ao elemento de CI em questão. Esses valores informam, apenas, a prática do banco em tentar alavancar o elemento em questão. Por isso, a atribuição do código 1 – forma narrativa.

A natureza da evidenciação do CI será apresentada por categorias: Capital Externo, Capital Interno e Competência dos funcionários.

Para facilitar o acompanhamento do processo de identificação dos elementos de CI, as indicações explícitas e implícitas são salientadas em negrito e itálico.

##### Capital Externo:

##### Tipos de Produtos e Serviços:

Em 2006, surpreendemos o mercado com o *lançamento de vários produtos diferenciados*: o cartão Santander Light, que trouxe mais de 500 mil novos clientes em apenas quatro meses, e os Fundos Multi Retorno, que projetaram o Banco para a liderança na gestão de fundos multimercados no varejo. Além disso, temos orgulho de ser pioneiros no produto crédito imobiliário com parcelas fixas em até 20 anos (SANTANDER, Relatório Anual, 2006, p. 4).

##### Clientes:

Os investimentos em infra-estrutura, tecnologia, pessoal e publicidade propiciaram a abertura de aproximadamente 800 mil novas contas correntes, no decorrer de 2006, das quais aproximadamente 590 mil são de servidores públicos. Com isso, a Nossa Caixa fechou o ano com 5,4 milhões de *clientes* (NOSSA CAIXA, Relatório Anual, 2006, p. 18).

#### Fidelidade de Clientes:

A multiplicidade de produtos e serviços também contribui para maximização das oportunidades e a *fidelização da base de clientes*, que já soma cerca de 4 milhões entre correntistas e não-correntistas (ITAÚ, Relatório Anual, 2007, p. 15).

#### Nome da Companhia:

Em 2007, a *marca* alcançou o valor estimado de R\$ 8,076 bilhões, segundo avaliação da consultoria internacional Interbrand, que classifica a marca Itaú como a mais valiosa do Brasil desde 2002. A classificação leva em conta fatores como performance, relação com o mercado e capacidade de atuar em cenários altamente competitivos (ITAÚ, Relatório Anual, 2007, p. 32).

#### Canal de Distribuição:

Nosso principal *canal de distribuição* é nossa rede de 85 correspondentes bancários, espalhados por todas as regiões do Brasil (DAYCOVAL, Relatório Anual, 2006, p. 35).

#### Colaboração nos Negócios:

Agora, nesta primeira década do século XXI, o Bradesco reafirma sua vocação para o varejo. Cria o Banco Postal, em *parceria* com os Correios, em linha com os seus objetivos de inclusão bancária, viabilizando o acesso a produtos e serviços financeiros principalmente em localidades então desassistidas de serviços bancários (BRADESCO, Relatório Anual, 2006, p. 6).

#### Acordo Licenciado:

Em março, o Bradesco firmou parceria com a American Express Company, pela qual assumiu suas operações de cartões de crédito e atividades correlatas no Brasil, passando a ter o *direito de exclusividade* para a emissão de cartões da linha Centurion, pelo prazo mínimo de 10 anos, renováveis automaticamente (BRADESCO, Relatório Anual, 2006, p. 42).

#### Contrato Favorável:

Além disso, no exercício, o BB deu início a estudos e negociações para *incorporação* do Banco do Estado de Santa Catarina (Besc) e do Banco do Estado do Piauí (BEP), e para *aquisição* do controle acionário do Banco Regional de Brasília (BRB). Juntas, essas instituições representam uma ampliação de 1,5 milhões de correntistas, entre os quais 402,6 mil servidores públicos estaduais, além da incorporação dos negócios diretos e das disponibilidades dos respectivos entes públicos (BANCO DO BRASIL, Relatório Anual *on line*, 2007).

#### Acordo *Franshising*:

Esses resultados, obtidos não só pelos eficientes modelos de gestão de negócios e de pessoas, mas também, e conseqüentemente, pelo empenho e dedicação de seus



22.965 colaboradores, corroboraram a estratégia da instituição de ter o Brasil como principal foco de crescimento do Grupo Santander na América Latina – onde é líder entre as *franquias bancárias*, com 4.498 agências (SANTANDER, Relatório Anual, 2007, p. 4).

#### Capital Interno:

#### Direitos Autorais:

A adoção do *software* livre resulta em independência de fornecedores, mais segurança e estabilidade para os sistemas da Empresa, além de gerar economia. Vale ressaltar que a Empresa também utiliza *software proprietário* e faz a opção pelo *software* livre sempre que essa alternativa se mostre vantajosa do ponto de vista custo *versus* benefício (BANCO DO BRASIL, Relatório Anual *on line*, 2007).

#### Marcas Registradas:

No Brasil, 2007 foi o primeiro ano completo de operações sob a assinatura única Santander. Até então, ela vinha acompanhada da *marca* das instituições adquiridas ao longo da trajetória do Banco no País (SANTANDER, Relatório Anual, 2007, p. 44).

#### Filosofia Gerencial:

Como síntese do direcionamento definido, a *missão* do Mercantil do Brasil fica assim conceituada: gerar soluções financeiras com excelência no atendimento aos nossos clientes e perpetuar a Instituição, através da remuneração adequada ao acionista e da recompensa justa do capital humano, da postura ética nos negócios e da contribuição para a melhoria econômica, social, educacional, cultural e ambiental do país (MERCANTIL DO BRASIL, Relatório Anual, 2006, p. 1).

#### Cultura Corporativa:

Em 2006, o Unibanco estabeleceu e difundiu entre seus colaboradores sua *cultura interna*, denominada Jeito Unibanco. Nela estão reunidas as dez atitudes esperadas de cada colaborador. Para definir o Jeito Unibanco, cerca de 8.500 colaboradores de diferentes áreas, cargos e regiões do país participaram de pesquisas qualitativas e quantitativas (UNIBANCO, Relatório Anual, 2006, p. 62).

#### Processos Gerenciais:

Está em fase de implantação o *sistema de gestão* estratégica *Balanced Scorecard*, que inclui as perspectivas de desenvolvimento sustentável (AMAZÔNIA, Relatório Anual, 2006, p. 30).

#### Sistemas de Informação:

Para garantir alta qualidade nos serviços realizados, a CAIXA destinou em 2007, R\$1,4 bilhão para aplicação *em tecnologia da informação* (CEF, Relatório. Anual, 2007, p. 22).

#### Sistemas de relacionamentos:

O Bradesco, sempre em defesa da sustentabilidade de seus negócios, vem aprimorando constantemente suas práticas de Governança Corporativa, buscando a excelência na qualidade da gestão, de modo a aprimorar **o relacionamento com seus acionistas, investidores, clientes, fornecedores, funcionários, comunidade e demais stakeholders** (BRADESCO, Relatório Anual 2007, p. 39).

#### Relações Financeiras:

O **lucro líquido** do exercício de 2006 importou em R\$ 202,7 milhões, montante 28,8% superior ao apresentado em 2005 (R\$ 157,4 milhões). O lucro líquido por lote de mil ações, que em 31.12.2005 era de R\$ 0,18, passou a R\$ 0,23 em 31.12.2006 (BNB, Relatório Anual, 2006, p. 48).

#### Competência dos funcionários:

##### *Know-how:*

O ingresso de novos profissionais na equipe, com ampla **experiência** de mercado, foi fator importante na conquista de clientes. Além disso, os próprios clientes indicam novos clientes (FIBRA, Relatório Anual, 2007, p. 30).

##### Educação:

Nos **programas de incentivo** à participação em cursos de graduação, pós-graduação, MBA e cursos de idiomas, dos quais participaram 741 funcionários, o Banrisul investiu R\$ 1,6 milhão (BANRISUL, Relatório Anual, 2007, p. 30).

##### Qualificação Vocacional:

O Fibra encerrou 2007 com **1.013 colaboradores**, que formam uma equipe predominantemente jovem, mas combinada a profissionais experientes: 59% tinham até 35 anos; 28% entre 36 e 45 anos, e 13% mais de 46 anos. Possuem sólida formação acadêmica, sendo 55% com ensino superior completo ou em curso e 9% com pós-graduação (percentuais que sobem para 93% de graduados, dos quais 23% com pós-graduação, se contabilizados só os funcionários do Banco (FIBRA, Relatório Anual, 2007, p. 62).

##### Conhecimento Relacionado ao Trabalho:

Objetivando a **capacidade profissional de seus colaboradores** foram realizadas várias ações de T&D – **Treinamento e Desenvolvimento**, reunidas em 348 eventos, que somaram um total de 6.928 horas de treinamento, refletindo a estratégia de direcionamento da empresa com a priorização de projetos específicos. Assim foram investidos em T&D o montante de R\$ 1,70 milhão, o que representa um investimento médio por empregado de R\$784,13 (BANESTES, Relatório Anual, 2007, p. 6).

##### Competências relacionadas ao Trabalho:

Com 70 anos de tradição no mercado financeiro, o Banco conta com **equipes especializadas** em todos os seguimentos de atuação, seja crédito, investimento, serviços ou comércio exterior, em contínuo aperfeiçoamento para atender sob

medida às demandas de cada cliente e, assim, posicionar-se como referência para *middle market* no País (BICBANCO, Relatório Anual, 2007, p. 40).

Espírito Empreendedor:

Quanto ao plano de retenção, temos 26 executivos que participam hoje de um plano de participação acionária, oferecendo *novas oportunidades de desenvolvimento de carreira* dentro da organização (ABC Brasil, Relatório Anual, 2007, p. 8).

A seguir serão apresentados os resultados da comparação dos anos de 2006 e 2007 dos bancos.

#### 4.4 COMPARAÇÃO DOS RESULTADOS

Esta seção apresenta o agrupamento dos resultados da pesquisa do ano de 2006 e 2007. O objetivo é proporcionar a comparação dos dados e permitir a visualização do comportamento dos bancos brasileiros quanto à presença de elementos de CI, conforme informações extraídas dos RAs.

O Quadro 13 apresenta o resultado da análise em conjunto dos dois anos dos bancos investigados. A primeira coluna elenca os bancos analisados; a segunda e a terceira apresentam, respectivamente, os resultados relativos aos anos de 2006 e 2007, quanto ao número de elementos evidenciados (os elementos totalizam 24). Na quarta coluna, encontra-se o somatório das duas colunas anteriores e, na última, encontra-se a média percentual de evidenciação – total de evidenciações dividido por 48 (24x2).

	BANCO	2006	2007	Total	%
1	Bradesco	20	20	40	83%
2	Banco do Brasil	19	20	39	81%
3	Itaú	17	19	36	75%
4	Unibanco	16	18	34	71%
5	Caixa	12	14	26	54%
6	Santander	18	21	39	81%
7	Safra	13	12	25	52%
8	Nossa caixa	16	16	32	67%
9	Amazônia	13	12	25	52%
10	BNB	11	13	24	50%
11	Banrisul	12	14	26	54%
12	BMG	7	6	13	27%

	<b>BANCO</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>Total</b>	<b>%</b>
13	BicBanco	14	16	30	63%
14	Mercantil do Brasil	9	10	19	40%
15	Fibra	13	17	30	63%
16	Daycoval	15	14	29	60%
17	ABC Brasil	5	7	12	25%
18	Banestes	7	9	16	33%
19	BRB	9	9	18	38%
	<b>TOTAL</b>	<b>246</b>	<b>267</b>	<b>513</b>	<b>56%</b>

**Quadro 13: Comparação dos Resultados dos Bancos Investigados**

Fonte: Elaboração própria.

Dos 19 bancos que integram a amostra nos anos analisados, todos apresentaram evidenciação voluntária de elementos do CI, perfazendo um total de 513 elementos. Essa postura de evidenciação, mesmo que não exista a obrigatoriedade de divulgar os elementos de CI, demonstra que os bancos estão tendo a percepção de que tornar público informações dessa natureza é fator estratégico e de grande importância para o negócio.

No contexto geral, o banco Bradesco emerge como a instituição que mais evidenciou voluntariamente informações acerca do CI, ao representar 83% dos elementos. Entretanto essa posição de liderança, em termos gerais, não se repete quanto ao exame de cada ano separado: em 2007, esta instituição financeira foi superada pelo banco Santander.

O ABC Brasil emerge como o banco que menos apresentou evidenciação voluntária de CI: 25% dos elementos. Essa posição mínima é equiparada pelo banco BMG no ano de 2007, com 6 elementos evidenciados.

Uma das razões de ser tímida a evidenciação dos elementos do CI nos relatórios pode estar relacionada ao receio que essas informações possam revelar a estratégia da organização para os concorrentes e assim prejudicar os negócios.

Praticamente todos os bancos da amostra, com exceção dos Bancos Safra, Amazônia BMG e Daycoval, aumentaram o número de elementos evidenciados no ano de 2007. Isso demonstra que há preocupação dos bancos em divulgar informações espontâneas de CI por ser um fator estratégico para a sustentabilidade e sucesso dos negócios.

O Quadro 14 apresenta o cotejamento dos elementos de CI evidenciados pelos bancos nos anos de 2006 e 2007 e a variação percentual nos anos analisados.

Comparação CI	2006	%	2007	%	Total	% Total	Δ%
<b>1 Capital Interno</b>							
1.1 Propriedade Industrial							
1.1.1 Patentes	0	0%	0	0%	0	0%	0%
1.1.2 Direitos Autorais	1	5%	1	5%	2	5%	0%
1.1.3 Marcas Registradas	0	0%	1	5%	1	3%	5%
1.2 Recursos de Infra-Estrutura							
1.2.1 Filosofia Gerencial	14	74%	14	74%	28	74%	0%
1.2.2 Cultura Corporativa	13	68%	14	74%	27	71%	5%
1.2.3 Processos Gerenciais	15	79%	17	89%	32	84%	11%
1.2.4 Sistemas de Informação	12	63%	15	79%	27	71%	16%
1.2.5 Sistemas de Relacionamento	14	74%	14	74%	28	74%	0%
1.2.6 Relações Financeiras	19	100%	19	100%	38	100%	0%
<b>2 Capital Externo</b>							
2.1 Tipos de Produtos e Serviços	16	84%	16	84%	32	84%	0%
2.2 Clientes	16	84%	16	84%	32	84%	0%
2.3 Fidelidade de Clientes	8	42%	8	42%	16	42%	0%
2.4 Nome da Companhia	17	89%	17	89%	34	89%	0%
2.5 Canal de Distribuição	14	74%	16	84%	30	79%	11%
2.6 Colaboração nos Negócios	13	68%	13	68%	26	68%	0%
2.7 Acordo Licenciado	2	11%	1	5%	3	8%	-5%
2.8 Contrato Favorável	5	26%	7	37%	12	32%	11%
2.9 Acordo de <i>Franshising</i>	0	0%	1	5%	1	3%	5%
<b>3 Competência de Funcionários</b>							
3.1 <i>Know-how</i>	8	42%	8	42%	16	42%	0%
3.2 Educação	10	53%	13	68%	23	61%	16%
3.3 Qualificação Vocacional	12	63%	15	79%	27	71%	16%
3.4 Conhecimento Relacionado ao Trabalho	17	89%	17	89%	34	89%	0%
3.5 Competências Relacionadas ao Trabalho	11	58%	12	63%	23	61%	5%
3.6 Espírito Empreendedor	9	47%	12	63%	21	55%	16%
<b>Total</b>	<b>246</b>	<b>54%</b>	<b>267</b>	<b>59%</b>	<b>513</b>	<b>56%</b>	<b>5%</b>

**Quadro 14: Comparação dos resultados por elemento**

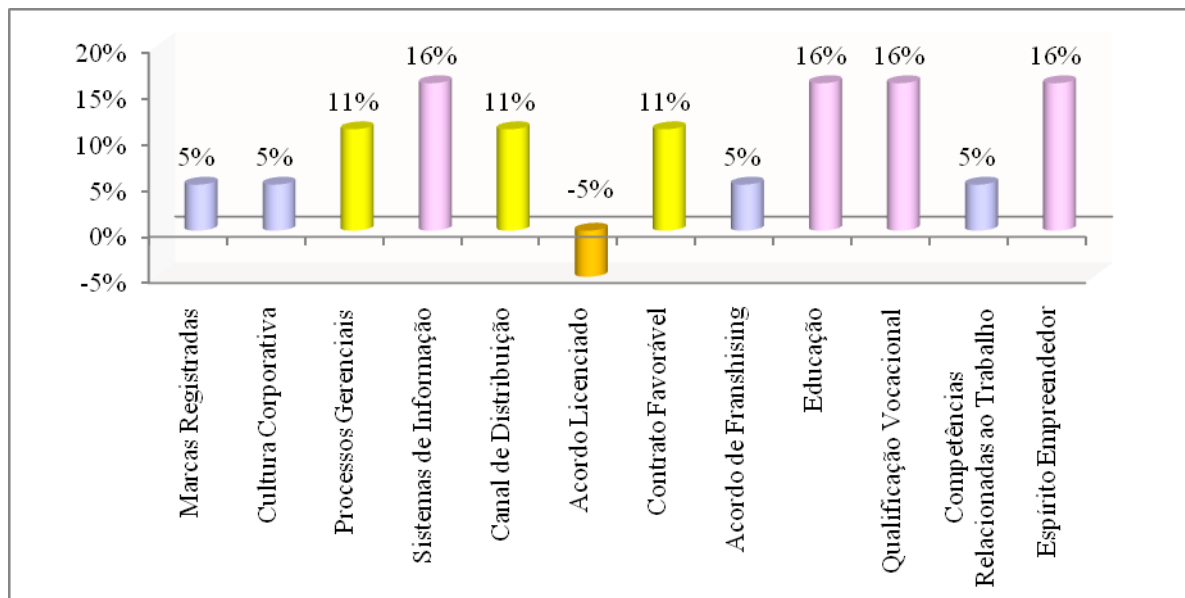
Fonte: Dados da pesquisa.

Conforme demonstra o Quadro 14, os bancos aumentaram em 5% a divulgação voluntária de elementos de CI nos anos analisados. Essa variação não é muito significativa,

mas corrobora a preocupação dos bancos em continuar mantendo e disponibilizando aos seus diferentes públicos informações dessa natureza.

Pela análise em conjunto, de acordo com o Quadro 14, o elemento com maior destaque é Relações Financeiras evidenciado voluntariamente em todos os RAs (100%). Em seguida, surgem os elementos Competências Relacionadas ao Trabalho, Nome da Companhia com 89% de evidenciação. No extremo oposto, os elementos Acordo de *Franshising*, Marca Registrada e Direitos Autorais são os menos evidenciados com, respectivamente, 3%, 3% e 5% de incidência.

O Gráfico 11 apresenta os elementos que apresentaram aumento e redução dos elementos de CI na análise conjunta dos anos de 2006 e 2007.



**Gráfico 11: Elementos de CI com destaque na análise comparativa**

Fonte: Elaboração própria.

Os elementos Marcas Registradas, Cultura Corporativa, Acordo de Franshising e Competências Relacionadas ao Trabalho apresentaram uma variação positiva de 5% na evidenciação voluntária de CI.

Por sua vez, Processos Gerenciais, Canal de Distribuição e Contrato Favorável apresentaram uma variação positiva de 11% na evidenciação de CI.

Os elementos que apresentaram maior variação positiva foram Sistemas de Informação, Educação Qualificação Vocacional e Espírito Empreendedor com 16% de evidenciação.

O único elemento que apresentou variação negativa na análise em conjunto foi Acordo Licenciado com -5%.

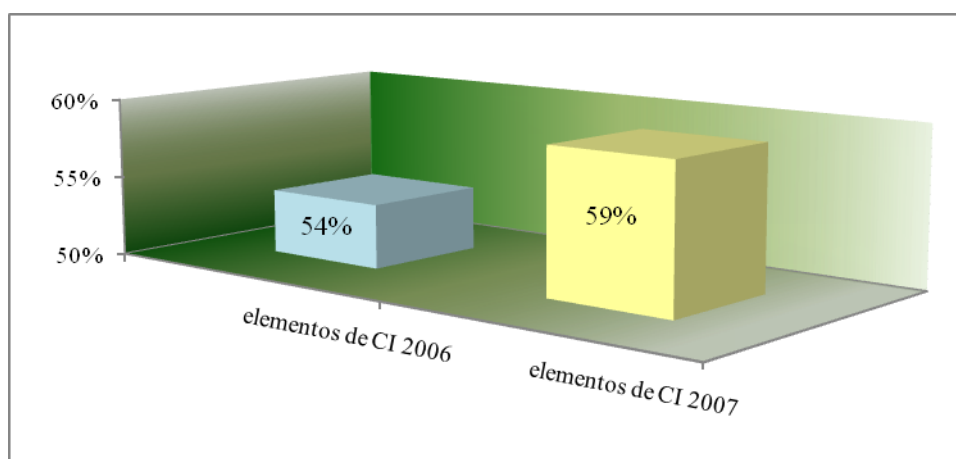
Os demais elementos da matriz desenhada para este estudo mantiveram-se constantes.

Na análise da categoria Competência dos Funcionários em conjunto, os elementos que tiveram o percentual de evidenciação ascendente foram: Educação, Qualificação Vocacional, e Espírito Empreendedor com 16% de variação, acompanhado de Competências Relacionadas ao Trabalho com 5%. Os demais elementos dessa categoria mantiveram-se constantes.

Na categoria Capital Externo nos dois anos analisados, os elementos que tiveram o percentual de evidenciação aumentado foram: Canal de Distribuição, Contrato Favorável com 11% de variação, acompanhado de acordo de *Franshising* com 5%. Com exceção do elemento Acordo de Negócios que apresentou um decréscimo de 5% de evidenciação, os demais elementos se mantiveram constantes nessa categoria.

Na análise da categoria Capital Interno, os elementos que tiveram o percentual de evidenciação ascendente foram: Sistemas de Informação (16%), Processos Gerenciais (11%) e Marcas Registradas (5%). Os demais elementos dessa categoria não sofreram variações percentuais.

Observa-se que, nos anos de 2006 e 2007, existem respectivamente 246 e 267 elementos de CI divulgados pelos bancos, totalizando 513 evidenciações do total de 912 possíveis. Em termos percentuais, significa que os bancos demonstraram 54% de evidenciação voluntária do CI em 2006 e 59% em 2007, conforme Gráfico 12.



**Gráfico 12: Percentual de evidenciação dos anos de 2006 e 2007**

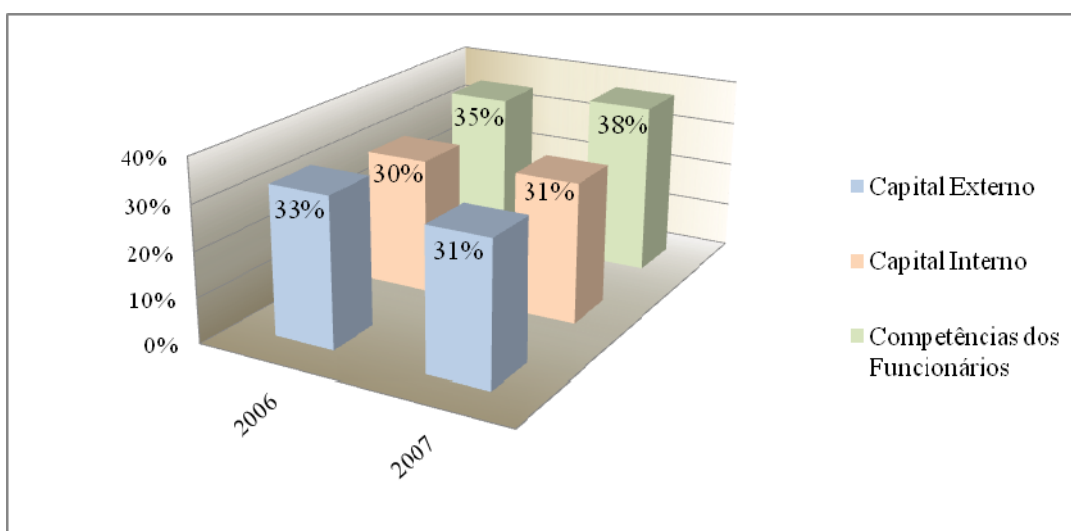
Fonte: Elaboração própria.

A evidenciação voluntária dos elementos de CI pelos bancos é expressiva em relação aos elementos delineados, visto que contempla mais de 50% nos dois períodos analisados, ou

seja, ao cotejar os dois anos em conjunto, os bancos demonstram que evidenciam 56% os elementos de CI da matriz elaborada para esse estudo.

#### 4.4.1 Análise Comparativa da Categoria de CI

A análise comparativa busca confrontar os resultados do ano de 2006 com o ano de 2007, com vistas a verificar o comportamento do CI entre os bancos. Inicialmente, analisa-se a categoria mais representativa do CI. O Gráfico 13 indica o percentual de participação de cada categoria.



**Gráfico 13: Categorias de CI**

Fonte: Elaboração própria.

Nos anos de 2006 e 2007, a categoria mais representativa do CI é a Competência dos Funcionários, com, respectivamente, 35% e 38%, o que evidencia um comportamento ligeiramente ascendente.

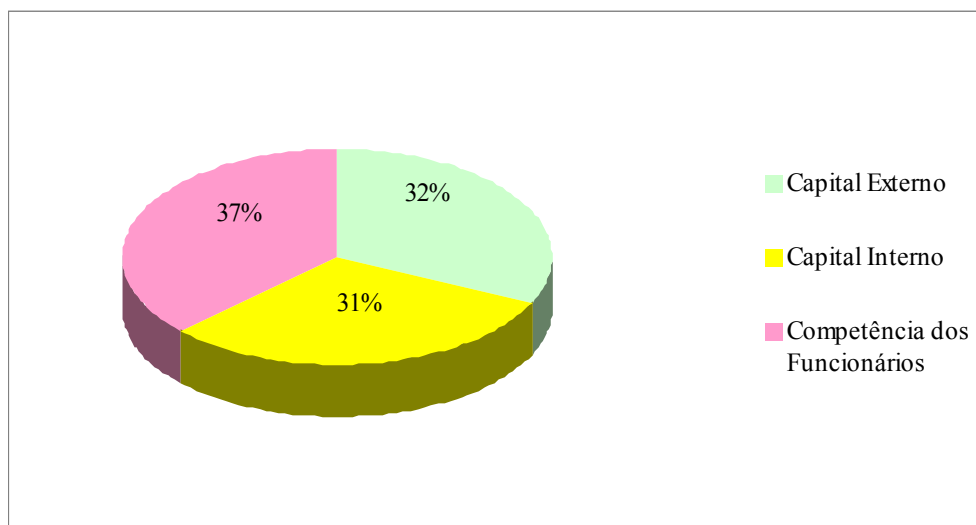
A categoria Capital Externo é a segunda mais representativa com 33% em 2006 e 31% em 2007, o que evidencia um comportamento ligeiramente descendente.

Por último, a categoria menos representativa é Capital Interno com 30% de evidenciação em 2006 e 31% em 2007.

Observa-se que, nos dois anos analisados, os percentuais dos elementos de CI por categoria demonstram equilíbrio, não apresentando discrepâncias entre os valores. Os bancos, pelos resultados, demonstram investir conjuntamente em pessoas, estruturas e clientes, pois alinhar essas três categorias é de suma importância para a estratégia dos negócios.

Na seqüência, apresentam-se os dados da análise da categoria de CI, pela média dos dois anos, conforme o Gráfico 14.





**Gráfico 14: Categoria mais representativa de CI**

Fonte: Elaboração própria.

A Competência dos Funcionários destaca-se como a categoria mais representativa na análise dos dois anos em conjunto, com 37% do total de elementos evidenciados; seguida pela categoria Capital externo com 32% e, por último, pela categoria Capital Interno, com incidência de 31%.

Após apresentar a categoria mais representativa da análise dos dois anos em conjunto, passa-se, a seguir, à apresentação do resultado do cotejamento dos bancos privados com os públicos.

#### 4.5 COTEJAMENTO DOS BANCOS PÚBLICOS E PRIVADOS

Nesta seção, são apresentados os resultados do cotejamento dos bancos públicos com os bancos privados, identificando os bancos mais representativos da amostra em termos de evidenciação voluntária do CI, os elementos mais evidenciados e a categoria mais representativa.

Os bancos públicos serão identificados com a sigla BPL e a cor azul, e os bancos privados com a sigla BPR e a cor amarela.

O Quadro 15 apresenta a junção dos dois anos analisados dos bancos públicos e privados em relação à frequência de evidenciação do CI.

	<b>SIGLA</b>	<b>BANCO</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>Total</b>	<b>%</b>
1	BPR	Bradesco	20	20	40	83%
2	BPL	Banco do Brasil	19	20	39	81%
3	BPR	Itaú	17	19	36	75%
4	BPR	Unibanco	16	18	34	71%
5	BPL	Caixa	12	14	26	54%
6	BPR	Santander	18	21	39	81%
7	BPR	Safra	13	12	25	52%
8	BPL	Nossa caixa	16	16	32	67%
9	BPL	Amazônia	13	12	25	52%
10	BPL	BNB	11	13	24	50%
11	BPL	Banrisul	12	14	26	54%
12	BPL	BMG	7	6	13	27%
13	BPR	BicBanco	14	16	30	63%
14	BPR	Mercantil do Brasil	9	10	19	40%
15	BPR	Fibra	13	17	30	63%
16	BPR	Daycoval	15	14	29	60%
17	BPR	ABC Brasil	5	7	12	25%
18	BPL	Banestes	7	9	16	33%
19	BPL	BRB	9	9	18	38%
		<b>TOTAL BANCOS PRIVADOS</b>	<b>140</b>	<b>154</b>	<b>294</b>	<b>61%</b>
		<b>TOTAL BANCOS PÚBLICOS</b>	<b>106</b>	<b>113</b>	<b>219</b>	<b>51%</b>
		<b>TOTAL</b>	<b>246</b>	<b>267</b>	<b>513</b>	<b>56%</b>

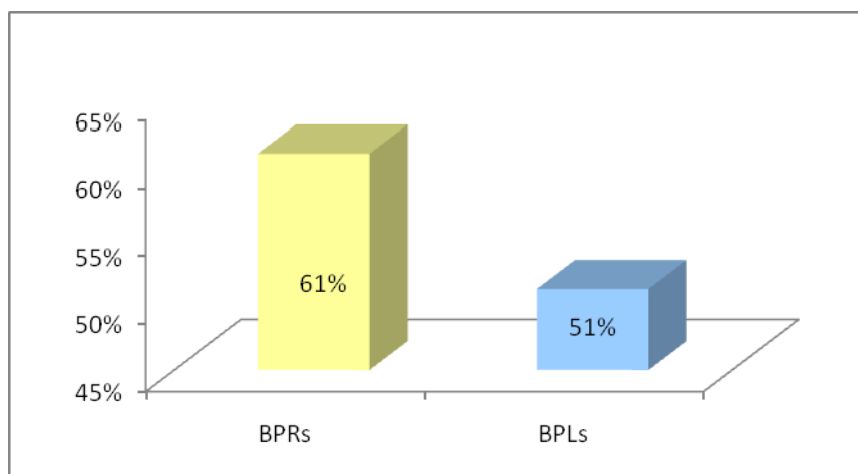
**Quadro 15: Cotejamento bancos públicos e bancos privados**

Fonte: Elaboração própria.

No segmento privado, o banco Bradesco foi o que mais evidenciou voluntariamente elementos do CI na matriz proposta para este estudo, com 83% de incidência de informações dessa natureza. O Banco ABC Brasil foi o que menos evidenciou com 25% de incidência.

No segmento público, o Banco do Brasil ficou em primeiro lugar na pesquisa, com 81% de evidenciação de informações voluntárias de CI. O banco BMG foi o que menos evidenciou com 27% de incidência.

Em linhas gerais, os bancos privados evidenciaram 61% (294 elementos identificados divididos por 480 elementos possíveis de identificação) e os bancos públicos 51% (219 elementos identificados divididos por 432 elementos possíveis de identificação). O Gráfico 15 apresenta esses resultados.



**Gráfico 15: CI entre os bancos públicos e privados**

Fonte: Elaboração Própria.

Observa-se que a evidenciação voluntária dos elementos de CI pelos bancos públicos e privados é expressiva em relação aos elementos delineados, pois contempla mais de 50% dos elementos.

Na seqüência, apresenta-se o cotejamento dos bancos públicos e privados por elementos.

#### 4.5.1 Cotejamento dos Bancos Públicos e Privados por Elementos

Esta seção aborda o resultado da pesquisa dos bancos públicos e privados sob a ótica dos 24 elementos que compõem a matriz elaborada para este estudo.

O Quadro 16 apresenta a junção dos elementos de CI evidenciado pelos bancos privados e públicos em relação aos períodos de 2006 e 2007.

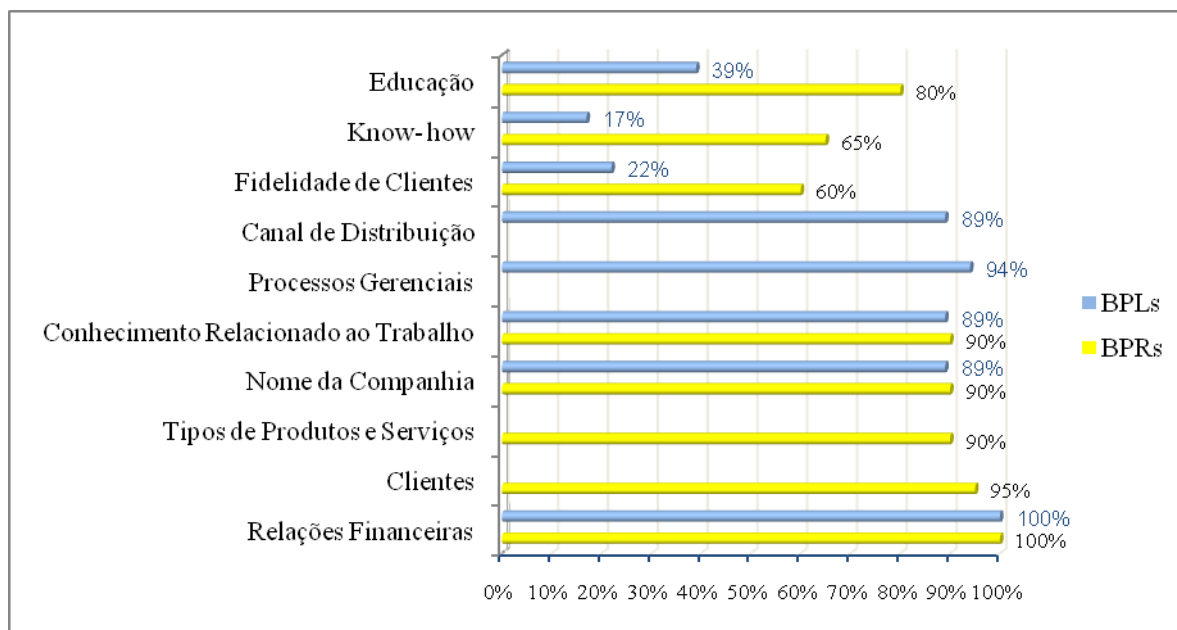
Elementos da Matriz	Banco Privado - BPR	Banco Público - BPL	%BPR	% BPL
<b>1 Capital Interno</b>				
1.1 Propriedade Industrial				
1.1.1 Patentes	0	0	0	0
1.1.2 Direitos Autorais	1	1	5%	6%
1.1.3 Marcas Registradas	1	0	5%	0%
1.2 Recursos de Infra-Estrutura				
1.2.1 Filosofia Gerencial	17	11	85%	61%
1.2.2 Cultura Corporativa	15	12	75%	67%
1.2.3 Processos Gerenciais	15	17	75%	94%

Elementos da Matriz	Banco Privado - BPR	Banco Público - BPL	%BPR	% BPL
<b>1 Capital Interno</b>				
1.2.4 Sistemas de Informação	14	13	70%	72%
1.2.5 Sistemas de Relacionamento	15	13	75%	72%
1.2.6 Relações Financeiras	20	18	100%	100%
<b>2 Capital Externo</b>				
2.1 Tipos de Produtos e Serviços	18	14	90%	78%
2.2 Clientes	19	13	95%	72%
2.3 Fidelidade de Clientes	12	4	60%	22%
2.4 Nome da Companhia	18	16	90%	89%
2.5 Canal de Distribuição	14	16	70%	89%
2.6 Colaboração nos Negócios	12	14	60%	78%
2.7 Acordo Licenciado	3	0	15%	0%
2.8 Contrato Favorável	7	5	35%	28%
2.9 Acordo de <i>Franshising</i>	1	0	5%	0%
<b>3 Competência dos Funcionários</b>				
3.1 <i>Know-how</i>	13	3	65%	17%
3.2 Educação	16	7	80%	39%
3.3 Qualificação Vocacional	17	10	85%	56%
3.4 Conhecimento Relacionado	18	16	90%	89%
ao Trabalho				
3.5 Competências Relacionadas	15	8	75%	44%
ao Trabalho				
3.6 Espírito Empreendedor	13	8	65%	44%
Total	294	219	61%	51%

**Quadro 16: Cotejamento dos resultados dos BPL e BPR por elemento**

Fonte: Dados da pesquisa.

Para facilitar a compreensão do cotejamento dos BPLs e BPRs por elemento, o Gráfico 16 apresenta os elementos de CI que se destacaram na análise.



**Gráfico 16: Elementos de destaque de CI entre os BPRs e BPLs**

Fonte: Elaboração Própria.

Em linhas gerais, o Gráfico 16 aponta o elemento Relações Financeiras como o mais evidenciado entre os BPLs e BPRs (100% de incidência).

Destacam-se ainda, no segmento privado, os seguintes elementos: Clientes (95%), Tipos de Produtos e Serviços, Nome da Companhia e Conhecimento Relacionado ao Trabalho com 90% de incidência.

Por sua vez, nos BPLs, destacam-se os seguintes elementos: Processos Gerenciais (94%), Nome da Companhia, Canal de Distribuição e Conhecimento Relacionado ao Trabalho com 89% de incidência.

Com relação aos 24 elementos de CI desenhados na matriz deste estudo, 3 apresentam discrepâncias significativas entre os dois segmentos. São eles: Fidelidade de Clientes – BPRs (60%), BPLs (22%); *Know how* – BPRs (65%), BPLs (17%); Educação – BPRs (80%), BPLs (39%).

Os seguintes elementos comportaram-se de forma similar: Direitos Autorais com 5% nos BPRs e 6% nos BPLs; Sistemas de Informação com 70% nos BPRs e 72% nos BPLs; Sistemas de Relacionamento com 75% nos BPRs e 72% nos BPLs; Nome da Companhia com 90% nos BPRs e 89% nos BPLs; e Competência dos funcionários com 90% nos BPRs e 89% nos BPLs.

Os elementos menos evidenciados nos BPRs foram: Marcas Registradas, Direitos Autorais e Acordo de *Franshising* com 5% de incidência apenas.

Nos BPLs, o elemento menos evidenciado foi Direitos Autorais com 6% de divulgação.

O único elemento não evidenciado pelos BPRs foi Patentes. Nos BPLs, além do elemento Patentes aparecem Acordo de *Franshising* e Marcas Registradas.

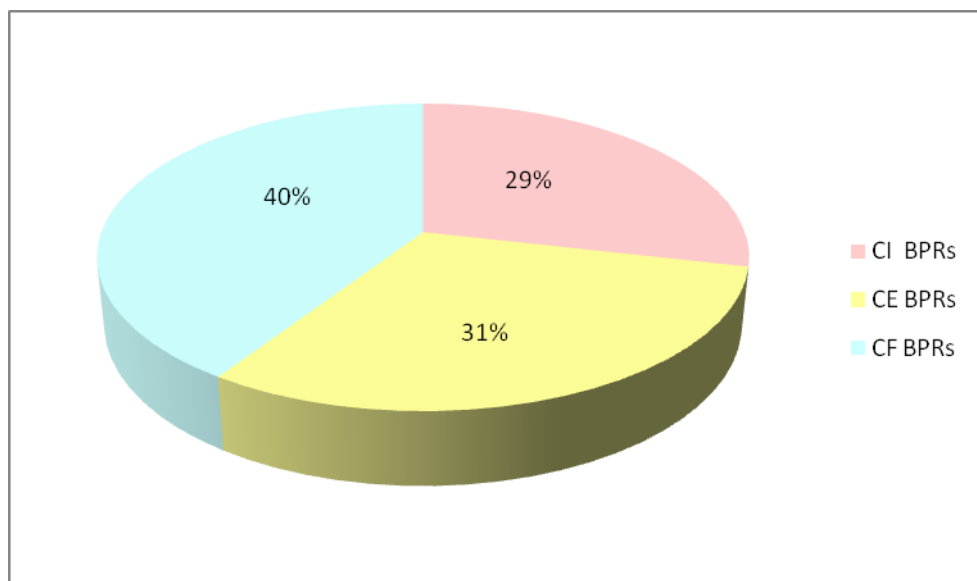
Os BPRs apresentam a maior freqüência de evidenciação, mas nos elementos Processos Gerenciais e Sistemas de Informação os BPLs apresentam percentual superior.

A subseção seguinte vai demonstrar o cotejamento dos BPLs e BPRs por categoria.

#### 4.5.2 Cotejamento dos Bancos Públicos e Privados por Categoria

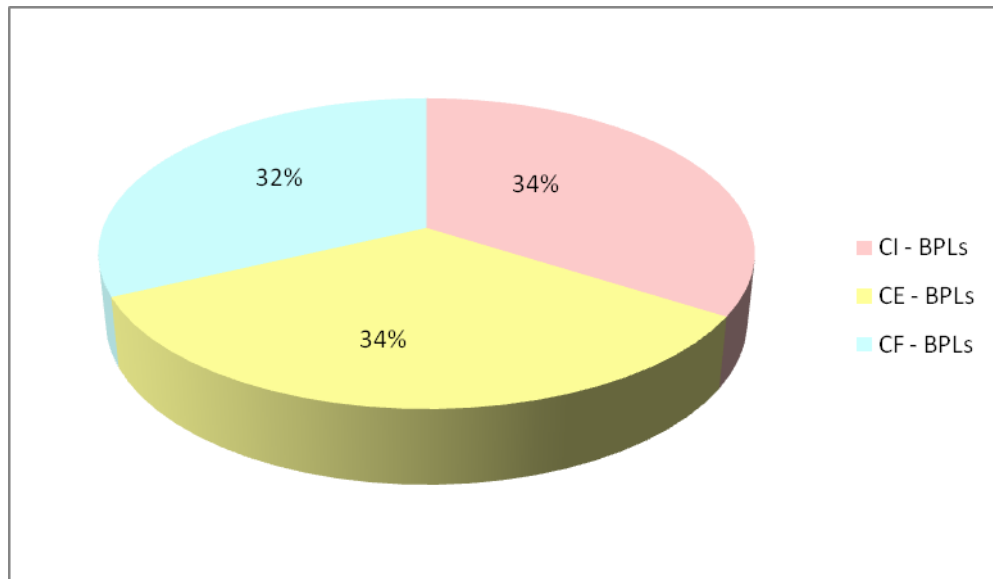
Para compor o percentual de participação dos BPLs e BPRs nas categorias Capital Externo, Capital Interno e Competência dos funcionários nos anos analisados, utilizou-se a mesma metodologia de cálculo informada nas subseções 4.1.1 e 4.2.1.

O Gráfico 17 apresenta o resultado de participação por categoria dos BPRs e o Gráfico 18 dos BPLs.



**Gráfico 17: Categoria mais representativa BPRs**

Fonte: Elaboração própria.



**Gráfico 18: Categoria mais representativa BPLs**  
Fonte: Elaboração própria.

No segmento privado, a categoria mais representativa dos bancos pertence a Competência dos funcionários com 40% de incidência, acompanhada por Capital Externo e Capital Interno com respectivamente 31 e 29%.

No segmento público, há um empate da categoria mais representativa dos bancos que compõem este estudo: Capital Externo e Capital Interno ficam em primeiro lugar com 34% de incidência, acompanhados de Competência dos Funcionários com 32%.

Observa-se pelo cotejamento dos resultados que as categorias mais representativas não coincidem entre os BPRs e BPLs, entretanto, o percentual de evidenciação mostra-se próximo. Isso mostra equilíbrio dos bancos na evidenciação dos elementos de CI por categoria.

A seguir, serão apresentados depoimentos/manifestações acerca dos recursos intangíveis extraídos dos RAs.

#### 4.6 DEPOIMENTOS/MANIFESTAÇÕES SOBRE OS RECURSOS INTANGÍVEIS

Ao analisar os RAs, a pesquisadora identificou depoimentos/manifestações sobre a importância dos recursos intangíveis para os bancos.

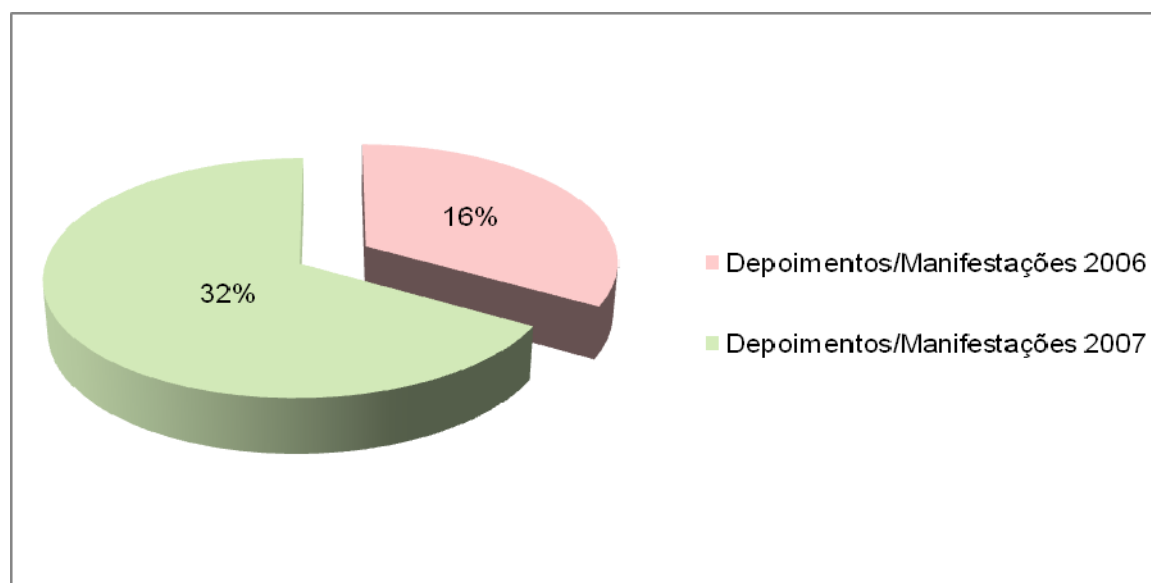
O Quadro 17 apresenta o resultado da pesquisa sobre essa abordagem.

BANCO	CATEGORIA	ANO
Bradesco	BPR	2006
Bradesco	BPR	2007
Banco do Brasil	BPL	2007
Itaú	BPR	2007
Unibanco	BPR	2007
Santander	BPR	2007
BNB	BPL	2006
BicBanco	BPR	2007
Fibra	BPR	2006
Daycoval	BPR	2007

**Quadro 17: Depoimentos/Manifestações sobre os recursos intangíveis**

Fonte: Elaboração própria.

O Gráfico 19 apresenta o comportamento dos bancos brasileiros sobre a evidenciação dos depoimentos/manifestações sobre os recursos intangíveis.



**Gráfico 19: Frequência de evidenciação dos depoimentos/manifestações dos recursos intangíveis**

Fonte: Elaboração própria.

Em 2006, apenas os bancos Bradesco (BPR), BNB (BPL) e o Fibra (BPR) emitiram depoimentos/manifestações sobre os recursos intangíveis, o que equivale a 16% da amostra.

Em 2007, cinco bancos privados e um banco público (Banco do Brasil) se pronunciaram nos RAs sobre os recursos intangíveis, o que equivale a 32% da amostra.



Na categoria banco público, os depoimentos/manifestações ocorreram por parte do Banco do Brasil e do BNB.

O Bradesco foi o único banco que expressou depoimentos/manifestações sobre os intangíveis nos dois anos analisados.

A seguir, apresentam-se trechos dos depoimentos/manifestações dos bancos sobre os seus recursos intangíveis.

#### 4.6.1 Ilustração dos Depoimentos de Recursos Intangíveis

Para ilustrar os depoimentos/manifestações sobre os Recursos Intangíveis, serão reproduzidos, a seguir, trechos referentes aos bancos que manifestaram esse tipo de informação nos RAs. Com o intuito de facilitar a identificação dos recursos intangíveis, nos excertos abaixo, as indicações explícitas e implícitas são salientadas em negrito e itálico.

Embora a Organização não registre seus *ativos intangíveis*, há evidências da percepção de sua magnitude pelos investidores e que pode ser encontrada na expressiva diferença entre o Valor Patrimonial contábil do Bradesco no encerramento do exercício, R\$ 24,636 bilhões, e o seu Valor de Mercado, R\$ 84,801 bilhões, calculado com base na cotação de suas ações na Bovespa, representando 3,44 vezes o Patrimônio Líquido (BRADESCO, Relatório Anual, 2006, p. 77).

O Valor de Mercado do Bradesco, com base na cotação de suas ações na Bolsa de Valores no encerramento do ano, alcançou R\$ 109,463 bilhões e equivale a 3,61 vezes o Patrimônio Líquido contábil, que era de R\$ 30,357 bilhões. Essa expressiva diferença resulta da magnitude dos *ativos intangíveis*, os quais, embora não refletidos nas contas de balanço, são percebidos e avaliados pelos investidores (BRADESCO, Relatório Anual, 2007, p. 47).

O Banco do Brasil encerrou 2007 com 82,7 mil funcionários. Ingressos na empresa por meio de concurso público, esses colaboradores compõem *um dos maiores ativos da instituição*. Competência técnica, qualificação profissional e comprometimento com os valores da Empresa são características que diferenciam o quadro de pessoal do BB (BANCO DO BRASIL, Relatório Anual *on line*, 2007).

O Itaú Holding tem uma sólida história de valorização de seu *capital intelectual*, incentivando a formação ética e profissional de seus funcionários, assim como o livre debate, e aproveitando a incorporação de diferentes culturas e expertises, de modo a agregar valor à sua cultura organizacional (ITAÚ, Relatório Anual, 2007, p. 33).

As diversas seções deste Relatório Anual entram em detalhes sobre o desempenho das várias áreas de negócio do Unibanco: Varejo, Atacado, Gestão de Patrimônios, Tesouraria e Seguros e Previdência. Também abrangem suas ações na área social, de cultura, meio ambiente e governança, *com ênfase no principal ativo do banco – as pessoas que nele trabalham* e o que as incentiva a consolidar cada vez mais o Jeito Unibanco de se relacionar com o mundo e com os outros. Nesse ponto, é importante

registrar o quanto o excelente desempenho do Unibanco foi reconhecido por analistas e investidores e pelos mercados que movem as cotações das ações do banco, à luz dos resultados presentes e esperados para o futuro (UNIBANCO, Relatório Anual, 2007, p. 10 e 11).

O Santander ambiciona ser o melhor banco do País. Para atingir esse objetivo, além de estar amparado pela solidez de um dos Grupos mais lucrativos do mundo em seu segmento, mantém vários *ativos intangíveis* que se integram e agregam valor a clientes, acionistas, colaboradores e comunidade. A soma desses diferenciais levou o Santander a atingir, em 2007, a conquista de 1 milhão de novos clientes (SANTANDER, Relatório Anual, 2007, p. 40).

O BICBANCO atua no sentido de preservar seus *ativos intangíveis*, especialmente ao investir no desenvolvimento de seus colaboradores e em tecnologia de ponta, seja para manter a qualidade do ambiente de trabalho, para melhorar os métodos e processos ou para ampliar e reter o *capital intelectual*, reforçando sua opção por um modelo de gestão baseado na preservação da imagem institucional e na sustentabilidade do negócio (BICBANCO, Relatório Anual, 2007, p. 16).

O Fibra reúne uma série de qualidades que, embora não estejam claramente quantificadas, representam importantes diferenciais competitivos no dia-a-dia dos negócios. Esses *ativos intangíveis* contribuem para melhorar ainda mais a percepção positiva do mercado em relação ao Banco (FIBRA, Relatório Anual, 2006, p. 42).

Na avaliação do Daycoval, a qualidade do *capital humano* é fundamental para o bom desempenho dos negócios. Como Instituição que atua no setor de serviços, sabe da importância de respeitar, investir, valorizar e reconhecer financeiramente seus profissionais (DAYCOVAL, Relatório Anual, 2007, p. 60).

O BNB é historicamente reconhecido na sociedade nordestina por investir em seu corpo funcional. Para o Banco, a atividade de fomento ao desenvolvimento só pode ser desempenhada a contento se houver conhecimento, motivação e satisfação no trabalho. Por isso, a gestão de pessoas no Banco orienta-se prioritariamente pelo bem-estar dos colaboradores pela construção e manutenção de um ambiente saudável e comunicativo, e pelo investimento em *seu capital intelectual*. Trabalhando de forma transparente, investindo em capacitação e promovendo desafios profissionais, o Banco espera alcançar a excelência empresarial (BNB, Relatório Anual, 2006, p. 88).

Os depoimentos/manifestações sobre os recursos intangíveis no segmento bancário expressam a sua relevância e participação no sucesso dos negócios.

O papel relevante que o recurso do conhecimento detém na era do conhecimento vem promovendo mudanças significativas não só no meio empresarial, mas nas atitudes dos clientes e consumidores e no perfil dos profissionais que integram a organização.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste capítulo, são apresentadas as considerações finais da pesquisa, a opinião da pesquisadora e as recomendações para futuros trabalhos.

No mundo corporativo atual, o Capital Intelectual é o principal recurso econômico das organizações. Ele é responsável pela maior valorização da empresa, alavancagem e sustentabilidade dos negócios. Administrá-lo, mensurá-lo e divulgar informações a seu respeito pode promover vantagens competitivas, pois mostra que a empresa conhece seus potenciais e sabe tirar proveito deles, além de permitir que os investidores e demais interessados obtenham informações mais detalhadas e abrangentes sobre a situação da empresa, suas perspectivas de crescimento e o seu valor de mercado.

As empresas que disponibilizam informações voluntárias de Capital Intelectual como satisfação de clientes, investimento em treinamentos, capacitação e retenção dos colaboradores, práticas de sustentabilidade ambiental e social, transparência nos negócios, novos produtos e serviços, assim como a adoção de novas ferramentas de trabalho que visam a uma melhoria contínua na qualidade dos processos, produtos e serviço, enriquecem e complementam seus relatórios financeiros tradicionais com dados que julgam importantes e necessários para atrair novos investidores e demais interessados em se relacionar com ela.

Os esforços para a criação de um modelo de Capital Intelectual existem, mas não há consenso em como demonstrar os valores do CI, devido à sua subjetividade e dificuldade de identificação.

Os canais que as empresas utilizam normalmente para divulgar informação de Capital Intelectual são os Relatórios Anuais e as Notas Explicativas e depende exclusivamente delas a evidenciação desse tipo de informação.

Dentro desse contexto, esta pesquisa teve por objetivo analisar a evidenciação voluntária dos elementos do Capital Intelectual constantes nos Relatórios Anuais disponíveis nas *homepages (sites)* dos maiores bancos em patrimônio líquido do Brasil, conforme a listagem da *Revista Exame Melhores e Maiores* de agosto de 2007.

Para o alcance do objetivo deste estudo, a investigação da pesquisa foi conduzida por meio da técnica análise de conteúdo, aplicada nos Relatórios Anuais disponíveis nas *homepages (sites)* de cada banco que integrou a amostra.

Verificou-se que 100% dos bancos integrantes da amostra evidenciaram algum tipo de informação sobre os elementos de CI que compõe a matriz desenhada para este estudo.

Essa atitude espontânea dos bancos em evidenciar o seu CI pode representar um fator estratégico na conquista de novos mercados e investidores, pois a concorrência nesse segmento é acirrada.

A pesquisa apresenta cinco objetivos específicos que são necessários para o alcance do objetivo geral. Todos esses objetivos específicos foram atingidos.

Para alcançar o objetivo específico – extrair dos Relatórios Anuais dos bancos brasileiros do período de 2006 e 2007, a evidenciação das informações relativas ao CI, por meio da técnica análise de conteúdo – foi realizada a leitura e interpretação dos RAs com a utilização da metodologia de Guthrie *et al.* e a classificação de Sveiby. O desenvolvimento dos Quadros 11 e 12, no Capítulo 4 – Análise dos Resultados, subitem 4.1 e 4.2 identificaram os elementos de CI evidenciados pelos bancos nos anos analisados.

Quanto ao objetivo específico examinar o conteúdo sobre os elementos do CI evidenciados nos Relatórios Anuais dos bancos, o estudo aponta em sua totalidade a predominância da evidenciação na forma de sentenças narrativas (tipo 1) nos anos analisados.

O elemento mais evidenciado nos dois anos foi “Relações Financeiras” com 100% de incidência. Em contrapartida, o elemento Patentes não foi evidenciado por nenhum banco nos dois anos analisados.

Em 2006, Competência dos Funcionários liderou a categoria mais representativa com 37% de evidenciação, acompanhada de Capital Externo e Capital Interno com 33% e 30% de incidência respectivamente. Nesse mesmo ano, o banco Bradesco liderou o *ranking* de evidenciação com 83%.

Em 2007 o banco Santander ficou em primeiro lugar com 88% de evidenciação.

A categoria mais representativa nesse ano também foi Competência dos funcionários com 38% de evidenciação, seguida de Capital Externo e Capital Interno com 31% respectivamente.

Quanto ao objetivo específico, comparar os resultados da evidenciação do CI dos bancos entre os anos de 2006 e 2007, este foi alcançado no Capítulo 4, subitem 4.4. com a apresentação de Quadros e Gráficos que comparam os dois anos conjuntamente.

Pelo desenvolvimento desse objetivo foi possível concluir que os bancos nos anos analisados tiveram um aumento de 5% na divulgação de elementos do CI. Essa variação não é muito expressiva entre os anos analisados, mas mostra a prática dos bancos em continuar divulgando esse tipo de informação ao mercado.

Os elementos que tiveram os maiores percentuais de evidenciação ascendentes na análise em conjunto foram: Educação, Qualificação Profissional, Espírito Empreendedor e Sistemas de Informação com 16% de variação. Observa-se a preocupação dos bancos em alavancar o investimento em pessoas e tecnologia, pois a junção desses recursos intangíveis é essencial para o desempenho dos negócios.

O elemento Acordo Licenciado foi o único que apresentou redução nos anos analisados, 5% a menos de evidenciação.

O banco Bradesco pela média dos anos analisados foi o que mais evidenciou elementos do CI, com 83%.

Quanto ao objetivo específico, cotejar os resultados encontrados nos bancos públicos com os bancos privados, este foi alcançado no capítulo 4, subitem 4.5, onde foram apresentados os seguintes resultados:

Em linhas gerais, os bancos privados evidenciaram 61% os elementos de CI, e os bancos públicos, 51%.

No segmento privado, o banco Bradesco foi o que mais evidenciou voluntariamente os elementos de CI, com 83% de incidência de informações dessa natureza. No segmento público, o Banco do Brasil ficou em primeiro lugar na pesquisa, com 81% de evidenciação de informações voluntárias de CI.

Em relação à análise comparativa dos BPRs e BPLs, constata-se que dentre os elementos mais evidenciados o destaque fica para Relações Financeiras, divulgado pelos dois segmentos com 100% de incidência. A categoria mais representativa dos BPRs foi Competência dos funcionários com 40% de evidenciação, enquanto nos BPLs há um empate entre Capital Interno e Capital Externo com 32%.

Houve discrepâncias significativas entre três elementos de Capital Intelectual nos dois segmentos. São eles: Fidelidade de Clientes – BPRs (60%), BPLs (22%); *Know-how* – BPRs (65%), BPLs (17%); Educação – BPRs (80%), BPLs (39%).

Por fim, o quinto objetivo procurou coletar depoimentos/manifestações que reconhecessem a presença de recursos intangíveis. Este objetivo foi alcançado no Capítulo 4, subitem 4.6, onde foi possível constatar que, no ano de 2006, 16% dos bancos pronunciaram-se a respeito dos recursos intangíveis nos RAs e, no ano de 2007, 32% dos bancos adotaram essa postura de reconhecer a importância desses recursos.

Os depoimentos/manifestações sobre os recursos intangíveis são incipientes, mas demonstram que os bancos estão percebendo a magnitude e importância desses elementos na

composição da estratégia, na agregação de valor para a instituição e nos resultados que eles podem proporcionar no futuro.

A expressiva evidenciação do Capital Intelectual pelos bancos por intermédio dos Relatórios Anuais pode ser interpretada como uma forma que os gestores encontraram para contornar as deficiências apresentadas pelos relatórios financeiros que não contemplam os ativos intangíveis em sua totalidade.

A evidenciação voluntária do Capital Intelectual nos maiores bancos brasileiros apresentou comportamento idêntico aos resultados da pesquisa realizada por Reina, Vicente e Ensslin, S. (2008) no quesito categoria mais representativa.

## 5.1 OPINIÃO DA PESQUISADORA

Analisar e identificar os elementos de CI nos Relatórios Anuais dos bancos foi uma tarefa complexa que exigiu da pesquisadora cuidado na tabulação dos dados, a fim de evitar distorções no resultado da pesquisa. Para minimizar as dúvidas, foi necessário reler várias vezes trechos do relatório e avaliar o contexto da informação, para assim identificar se realmente havia o elemento de CI e prosseguir na tabulação

É compreensível a dificuldade da classe contábil e empresarial em apresentar um modelo de relatório de CI, diante de tamanha subjetividade que esses componentes causam.

Na opinião da pesquisadora, a criação de um modelo padrão de relatório de CI é importante, entretanto a sua flexibilidade é que vai determinar o que as empresas vão evidenciar, pois elas têm especificidades e necessidades distintas.

Num contexto geral, os relatórios do setor bancário chamam a atenção do leitor pela riqueza de ilustrações, gráficos e a forma como o conteúdo é apresentado. Esta é uma forma de motivar o usuário a prosseguir na sua investigação sobre o banco de seu interesse.

O Banco do Brasil é o grande destaque nos RAs em 2007, por ser o primeiro banco a evidenciar o relatório digital. Desde o ano passado, ele aboliu o relatório impresso e apenas divulga a versão *on line*. Isso faz parte de suas diretrizes em se tornar um banco sustentável. Também houve relatórios em que o texto era apenas narrativo e demasiadamente sintético. Esses tipos de relatórios parecem evidenciar somente o que a legislação solicita, não apresentando informações adicionais que possam melhorar a qualidade do seu conteúdo.

Há bancos que sabem explorar os RAs para captar novos investidores, clientes e conquistar a simpatia da sociedade. Nota-se que questões como responsabilidade social e

ambiental, a valorização do capital humano e a governança corporativa são itens bem explorados pelos bancos.

Os bancos Bradesco, Itaú, Banco do Brasil, Unibanco, Santander e Fibra dedicam um capítulo do relatório para transmitir informações sobre seus intangíveis, o que evidencia a importância desse recurso na estratégia e nos resultados dessas instituições.

Os relatórios definem claramente que são as pessoas, a tecnologia e a marca os principais componentes em proporcionar diferenciais dos bancos.

As ações voltadas para o desenvolvimento, crescimento e qualidade de vida dos colaboradores são expressivas segundo os relatórios, mas será que realmente existe este ambiente saudável de trabalho, pessoas satisfeitas e felizes? Será que os bancos têm essa postura ou estão apenas interessados nos lucros? Sabe-se que os bancos trabalham por metas e a pressão para o alcance delas é grande.

Para surpresa da pesquisadora, bancos como o Real e o HSBC ficaram impossibilitados de fazer parte da amostra por não divulgaram o RA de 2007. A imagem desses bancos na mídia geralmente está associada a empresas socialmente responsáveis. A demora em divulgar o RA ou a ausência desse tipo de informação pode colocar em desvantagem os bancos ou empresas que não adotam essa prática.

Um Relatório Anual completo deve evidenciar os aspectos positivos e fatores negativos que tenham influenciado os resultados. Ao analisar os relatórios, observa-se que os bancos destacam os fatores positivos, mas pouco mencionam os efeitos negativos que diminuíram a performance do negócio. Por exemplo, quando um banco apresentou lucro líquido inferior ao ano anterior, os relatórios não entraram no detalhe sobre a causa que promoveu essa alteração, apenas apresentam a informação de forma comparativa ao resultado passado.

Os bancos por serem os guardiões do dinheiro precisam cumprir requisitos legais como ter um canal de ouvidoria (obrigatório desde 2007), divulgar políticas de controle a lavagem de dinheiro e aspectos relacionados ao Código de Basiléia. Essas ações são cobradas pelo Banco Central do Brasil, o que justifica a presença acentuada dessas questões no Relatório Anual.

O Bradesco e o Itaú independente da obrigatoriedade já possuíam o seu canal de ouvidoria antes de 2007 e o utilizavam para aprimorar os processos e produtos e assim conquistar novos clientes e reter os atuais. O canal de ouvidoria está relacionado com os intangíveis, pois se refere à qualidade, cortesia, estreitamente de parcerias, criação de

produtos/serviços direcionados aos anseios dos clientes. Mesmo com características intangíveis, a pesquisadora não utilizou o canal de ouvidoria por ser uma informação compulsória para os bancos e descaracterizaria o objetivo da pesquisa que é a divulgação de intangíveis de forma espontânea.

Os bancos públicos e privados possuem comportamento idêntico em relação aos seus intangíveis. A gestão é focada principalmente no capital humano, o que corrobora com a realidade vivenciada neste início de século: as pessoas representam a maior riqueza de uma organização.

## 5.2 SUGESTÕES PARA FUTUROS TRABALHOS

Para futuros trabalhos baseados neste tema, sugerem-se os seguintes tópicos:

- Realizar o mesmo tipo de pesquisa em anos posteriores, a fim de verificar a evolução do CI ao longo dos anos;
- Realizar novos estudos incluindo, além dos Relatórios Anuais, questionários aplicados aos gestores dos bancos com o intuito de cotejar os dados;
- Realizar o mesmo tipo de pesquisa, analisando os elementos de CI nos *sites* dos bancos e nos Relatórios Anuais da Bovespa com o intuito de cotejar os dados;
- Realizar pesquisa cotejando os elementos de CI dos bancos de capital aberto e de capital fechado;
- Realizar o mesmo tipo de pesquisa em outro segmento específico do mercado.



## REFERÊNCIAS

- ANTUNES, Maria Thereza Pompa. **Capital Intelectual**. São Paulo: Atlas, 2000.
- \_\_\_\_\_. A Controladoria e o Capital Intelectual: Um Estudo Empírico sobre sua Gestão. **Revista de Contabilidade & Finanças**, São Paulo, n. 41, p. 21-37, maio/ago. 2006.
- ANTUNES, Maria Thereza Pompa; MARTINS, Eliseu. **Capital Intelectual: seu entendimento e seus impactos no desempenho de grandes empresas brasileiras**. In: ENANPAD, 29, 2005, Brasília. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2005. CD-ROM.
- ANTUNES, Maria Thereza Pompa; LEITE, Rafael Soares; GUERRA, Luis Francisco. Divulgação das Informações sobre Ativos Intangíveis e sua Utilidade para Avaliação de Investimentos: um estudo exploratório baseado na percepção dos analistas de investimentos. In: CONGRESSO USP DE CONTROLADORIA E CONTABILIDADE, 7., 2007, São Paulo. **Anais...** São Paulo: FEA/USP, 2007. Disponível em: <http://www.congressoeac.locaweb.com.br/artigos72007/330.pdf>. Acesso em 06/12/2007.
- AQUINO, Wagner de; SANTANA, Antonio Carlos de. **Evidenciação**. Caderno de Estudos, São Paulo: FIPECAFI, n. 5, p. 1-45, jun. 1992.
- BACKES, Rosemary Gelatti; OTT, Ernani; WIETHAEUPER, Daniela. **Informações sobre Capital Intelectual Evidenciadas pelas Companhias Abertas Listadas em Nível 1 de Governança Corporativa da Bovespa**. In: CONGRESSO USP DE CONTROLADORIA E CONTABILIDADE, 5., 2005, São Paulo. **Anais...** São Paulo: FEA/USP, 2005. CD-ROM.
- BARDIN, Laurence. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: edições 70, 2004.
- BORGES, Ana Paula Archer de Arruda. **Evidenciação Voluntária das Práticas de Desenvolvimento Sustentável: um estudo nas grandes empresas brasileiras de papel e celulose**. Monografia (Ciências Contábeis) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.
- CARVALHO, Fernando Nitz de; ENSSLIN, Sandra Rolim. Voluntary disclosure of intellectual capital in the brazilian context: an investigation informed by the international context. **Int. J. Accounting, Auditing and Performance Evaluation**, v. 4, n. 4/5, p. 478-500, 2007.
- CARVALHO, Fernando Nitz de. **A Evidenciação Voluntária do Capital Intelectual: uma análise de conteúdo nos anos de 2000, 2002 e 2004 dos relatórios da administração de companhias brasileiras, com maior receita líquida, segundo à Bovespa**. Florianópolis. Dissertação (Mestrado em Contabilidade) – Curso de Pós Graduação em Contabilidade, Universidade Federal de Santa Catarina, 2006.
- CARVALHO, Fernando Nitz de; ENSSLIN, Sandra Rolim; IGARASHI, Deisy Cristina Corrêa. Evidenciação Voluntária do Capital Intelectual no Contexto Brasileiro: Cotejamento com os contextos Internacional e Australiano. In: EnANPAD, 30. 2006, Salvador. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2006. CD-ROM.

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de Pessoas: e o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

DIAS, José Maria Filho. A linguagem Utilizada na Evidenciação Contábil: uma análise de sua compreensibilidade à luz da teoria da comunicação. **Caderno de Estudos**, São Paulo, FIECAFI, v.13, n.24, p.38-49, jul./dez. 2000.

EDVINSSON, Leif; MALONE, Michael S. **Capital Intelectual**. São Paulo: Makron Books, 1998.

ENSSLIN, Sandra Rolim.; ENSSLIN, Leonardo. **Tratamento de Recursos Intangíveis Organizacionais**. In: Terezinha Angeloni. (Org.). **Gestão do Conhecimento no Brasil: Casos, Experiências e Práticas de Empresas Públicas**. Rio de Janeiro: QualityMark, 2008, v.1, p.99-114.

ENSSLIN, Leonardo; SCHNORRENBERGER, Darci. Gerenciamento de Intangíveis: sonho ou realidade? **Revista Brasileira de Contabilidade**, Brasília, n.147, p.83-97, mai./jun.2004.

ENSSLIN, Sandra Rolim; DUTRA, Ademar; IGARASHI, Deisy Cristina C.; ERN, Eliete Verônica; ALVES, Francine Abdala. **Diagnóstico do Capital Intelectual Informado pelas Ferramentas Gerenciais Navegador do Capital Intelectual e o *Balanced Scorecard*: uma Proposta de Gerenciamento**. ENANGRAD, 15, 2004, Florianópolis. **Anais...** São Paulo: ENANGRAD, 2004. CD-ROM

EXAME, Melhores e Maiores. **As 500 maiores empresas do Brasil**. 34 ed. São Paulo: Agosto, 2007.

FAMÁ, Rubens; PEREZ, MONTEIRO, Marcelo. Ativos Intangíveis e o Desempenho Empresarial. **Revista de Contabilidade & Finanças**, São Paulo, n. 40, p. 7-24, jan/abr. 2006. Disponível em < <http://www.eac.fea.usp.br> >. Acesso em: 02 fev. 2008.

FERREIRA, Vanessa Florêncio; BOTELHO, Ducineli Régis. Análise do Nível de Evidenciação de Itens Compulsórios: um estudo nos relatórios contábeis da PETROBRÁS. In: CONGRESSO USP DE INICIAÇÃO CIENTÍFICA EM CONTABILIDADE, 3., 2006, São Paulo. **Anais...** São Paulo: FEA/USP. Disponível em: <<http://www.congressoeac.locaweb.com.br/artigos32006/89.pdf>>. Acesso em 06/07/2008.

GIL, Antônio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

HENDRIKSEN, Eldon S.; VAN BREDA, Michael F. **Teoria da Contabilidade**. São Paulo: Atlas, 1999.

IUDÍCIBUS, Sérgio de. **Teoria da Contabilidade**. 7. Ed. São Paulo: Atlas, 2004.

IUDÍCIBUS; Sérgio de, MARTINS, Eliseu; GELBCKE, Ernesto Rubens. **Manual de Contabilidade das Sociedades por Ações: aplicável às demais sociedades**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

KAPLAN, Robert S.; NORTON, David P. **Balanced Scorecard**: convertendo Ativos Intangíveis em Resultados Tangíveis. 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

KAYO, Eduardo Kazuo. **A Estrutura de Capital e o Risco das Empresas Tangível e Intangível Intensivas**: uma contribuição ao estudo da valoração da empresa. Tese (Doutorado em Administração) – FEA/USP, 2002, p. 110.

KLEIN, David A. **A Gestão Estratégica do Capital Intelectual**: recursos para economia baseada no conhecimento. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1998.

LANZANA, Ana Paula. Relação entre *Disclosure* e Governança Corporativa das Empresas Brasileiras. 2004. 161 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Curso de Pós-Graduação em Administração, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004.

LIMA, Walcir Gonçalves de. Capital Intelectual e a Contabilidade. **Revista de Contabilidade CRC SP**. São Paulo, n.16, p. 23-29, junho 2001.

MOURA, Simone Farias; FERREIRA, Fabiana Nogueira Holanda, SOUSA, Jalva Lilia Rabelo de; PONTE, Vera Maria Rodrigues. O Valor do Intangível em Instituições de Ensino Superior: um enfoque no capital humano. In: EnANPAD, 29, 2005, Brasília. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2005. CD-ROM

OLIVEIRA, Joel Marques de; BEUREN, Ilse Maria. O Tratamento Contábil do Capital Intelectual em Empresas com Valor de Mercado Superior ao Valor Contábil. **Revista Contabilidade & Finanças**. São Paulo: USP, n. 32, p. 81-98, maio/ago. 2003.

PAIVA, Simone Bastos. **Capital Intelectual**: um novo paradigma para a gestão de negócios. In: Congresso Brasileiro de Contabilidade, 16, 2000, Goiânia. **Anais...** Brasília: Editora de Congresso Brasileiro de Contabilidade, 2000. CD-ROM.

PONTE, Vera Maria Rodrigues; OLIVEIRA, Marcelle Colares. A Prática da Evidenciação de Informações Avançadas e não Obrigatórias nas Demonstrações Contábeis das Empresas Brasileiras. **Revista Contabilidade & Finanças**. São Paulo: USP, n. 36, p. 7-20, set./dez. 2004.

PONTE, Vera Maria Rodrigues; OLIVEIRA, Marcelle Colares; MOURA, Héber José de. Análise das Práticas de Evidenciação de Informações Avançadas e Não-obrigatórias nas Demonstrações Contábeis das Empresas Brasileiras: um estudo comparativo dos exercícios de 2002 e 2005. In: CONGRESSO USP DE CONTROLADORIA E CONTABILIDADE, 7., 2007, São Paulo. **Anais...** São Paulo: FEA/USP, 2007. Disponível em: <http://www.congressoeac.locaweb.com.br/artigos72007/75.pdf>. Acesso em 06/07/2008.

POPADIUK, Silvio; TEIXEIRA, Maria Luísa Mendes. Confiança e Desenvolvimento de Capital Intelectual: o que os empregados esperam de seus líderes? **Revista de Administração Contemporânea - RAC**, v.7, n.2, p. 73-92, abr./jun. 2003.

PROCIANOY, Jairo Laser; ROCHA, Carlos Fernando Paleo da. Disclosure das Cias Abertas: um estudo exploratório do departamento de relações com investidores. In: ENANPAD, 26, 2002, Curitiba. **Anais...** Salvador: ANPAD, 2002. CD-ROM.

QUEIROZ, Patrícia. Contabilidade para Intangíveis. **Revista de Capital Aberto**. Ano 2, n.19, março, 2005.

QUINTEIRO, Luis Gustavo do Lago; MEDEIROS, Otávio Ribeiro de. Evidenciação Contábil e Volatilidade dos Retornos das Ações no Brasil. In: ENANPAD, 29, 2005, Brasília. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD, 2005. CD-ROM.

REINA, Donizete; VICENTE, Ernesto Fernando Rodrigues; ENSSLIN, Sandra Rolim. Capital Intelectual: uma análise comparativa da evidenciação voluntária de governança corporativa no ano de 2006. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CONTABILIDADE, 18, 2008, Rio Grande do Sul. **Anais...** Rio Grande do Sul. CD ROM.

RELATÓRIO ANUAL ABC BRASIL. Disponível em: [www.abcbrasil.com.br](http://www.abcbrasil.com.br). Acesso em: 18/05/2008.

RELATÓRIO ANUAL BANCO AMAZÔNIA. Disponível em: [www.bancoamazonia.com.br](http://www.bancoamazonia.com.br). Acesso em: 18/04/2008.

RELATÓRIO ANUAL BANCO DO BRASIL. Disponível em: [www.bancobrasil.com.br](http://www.bancobrasil.com.br). Acesso em: 02/05/2008.

RELATÓRIO ANUAL BANCO FIBRA. Disponível em: [www.bancofibra.com.br](http://www.bancofibra.com.br). Acesso em: 04/05/2008.

RELATÓRIO ANUAL BANESTES. Disponível em: [www.banestes.com.br](http://www.banestes.com.br). Acesso em: 06/06/2008.

RELATÓRIO ANUAL BANRISUL. Disponível em: [www.banrisul.com.br](http://www.banrisul.com.br). Acesso em: 20/05/2008.

RELATÓRIO ANUAL BMG. Disponível em: [www.bmg.com.br](http://www.bmg.com.br). Acesso em: 01/06/2008.

RELATÓRIO ANUAL BNB. Disponível em: [www.bnb.com.br](http://www.bnb.com.br). Acesso em: 30/05/2008.

RELATÓRIO ANUAL BRB. Disponível em: [www.brb.com.br](http://www.brb.com.br). Acesso em: 15/06/2008.

RELATÓRIO ANUAL BICBANCO. Disponível em: [www.bicbanco.com.br](http://www.bicbanco.com.br). Acesso em: 02/06/2008.

RELATÓRIO ANUAL BRADESCO. Disponível em: [www.bradesco.com.br](http://www.bradesco.com.br). Acesso em: 13/04/2008.

RELATÓRIO ANUAL CAIXA. Disponível em: [www.caixa.gov.br](http://www.caixa.gov.br). Acesso em: 10/05/2008.

RELATÓRIO ANUAL DAYCOVAL. Disponível em: [www.daycoval.com.br](http://www.daycoval.com.br). Acesso em: 15/06/2008.

RELATÓRIO ANUAL ITAÚ. Disponível em: [www.itaubank.com.br](http://www.itaubank.com.br). Acesso em: 30/04/2008.

RELATÓRIO ANUAL MERCANTIL DO BRASIL. Disponível em: [www.mercantildobrasil.com.br](http://www.mercantildobrasil.com.br). Acesso em 28/05/2008.

RELATÓRIO ANUAL NOSSA CAIXA. Disponível em: [www.nossacaixa.com.br](http://www.nossacaixa.com.br). Acesso em: 19/05/2008.

RELATÓRIO ANUAL SAFRA. Disponível em: [www.safra.com.br](http://www.safra.com.br). Acesso em: 05/04/2008.

RELATÓRIO ANUAL SANTANDER. Disponível em: [www.santanderbanespa.com.br](http://www.santanderbanespa.com.br). Acesso em: 05/05/2008.

RELATÓRIO ANUAL UNIBANCO. Disponível em: [www.unibanco.com.br](http://www.unibanco.com.br). Acesso em: 02/05/2008.

REZENDE, Yara. Informação para Negócios: os novos agentes do conhecimento e a gestão do Capital Intelectual. **Caderno de Pesquisas em Administração** - FEA/USP, São Paulo, v.8, n.1, p.11-21, jan./mar. 2001.

REZENDE, José Francisco de Carvalho. **Balanced Scorecard e a Gestão do Capital Intelectual**: alcançando a performance balanceada na economia do conhecimento. 2 ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa Social**: métodos e técnicas. São Paulo: Atlas, 1999.

RIBEIRO, Gustavo de Aguiar, PETRI, Sérgio Murilo, ENSSLIN, Sandra Rolim. Prontidão Estratégica do Capital Humano por meio da abordagem *Balanced Scorecard*: Um Estudo de Caso na Gerência de Contabilidade e Controladoria da Companhia de Gás de Santa Catarina. **Pensar Contábil** – Rio de Janeiro, v.10, n.41, p. 33-43, jul./set. 2008.

ROTTINI, Geovana Carolina. **Um Estudo 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**. Monografia (Ciências Contábeis) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2007.

SANTOS, Ana Paula Gonçalves dos. **Informações Voluntárias sobre Capital Intelectual Evidenciadas em Relatórios da Administração**: uma análise das maiores companhias abertas da região sul do Brasil. Monografia (Ciências Contábeis) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2007.

SCHMIDT, Paulo, SANTOS, José Luiz dos. **Avaliação de Ativos Intangíveis**. São Paulo: Atlas, 2002.

SCHNORRENBERGER, Darci. **Identificando, Avaliando e Gerenciando os Recursos Organizacionais Tangíveis e Intangíveis por meio de uma Metodologia Construtiva (MCDA)**: Uma Ilustração na Área Econômico-Financeira. 223f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Curso de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2005.

SCHNORRENBERGER, Darci. Considerações gerais sobre ativos intangíveis. **Revista Contemporânea de Contabilidade – RCC-** Florianópolis, v.01, n.02, p. 11-40, jul./dez., 2004.

SILVA, Harley Almeida Soares da. **Evidenciação do Capital Intelectual de Natureza Social e Ambiental: Estudo dos Relatórios Anuais e nos Sites das Empresas Listadas no Programa “em Boa Companhia” da Bovespa.** Monografia (Ciências Contábeis) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.

STRAIOTO, Dilza Maria Goulart Tredezini. A Contabilidade e os Ativos que Agregam Vantagens Superiores e Sustentáveis de Competitividade – O Capital Intelectual. **Revista Brasileira de Contabilidade**, Brasília, n.124, p. 33-42, jul./ago. 2000.

STEWART, Thomas A. **Capital Intelectual: A Nova Vantagem Competitiva das Empresas.** 3. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

SVEIBY, K.E. **A Nova Riqueza das Organizações: Gerenciando e Avaliando Patrimônios de Conhecimento.** Rio de Janeiro: Campus, 1998.

XAVIER, Ricardo Almeida Prado. **Capital Intelectual: administração do conhecimento como recurso estratégico para profissionais e organizações.** São Paulo: STS, 1998.