

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

GEOVANA CAROLINA ROTTINI

**UM ESTUDO EMPÍRICO SOBRE A EVIDENCIAÇÃO DO
CAPITAL INTELECTUAL, NOS RELATÓRIOS DA
ADMINISTRAÇÃO DAS ENTIDADES COM MAIOR CAPITAL
SOCIAL, LISTADAS NA BOVESPA NOS ANOS DE 2005 E 2006**

Florianópolis, 2007

GEOVANA CAROLINA ROTTINI

**UM ESTUDO EMPÍRICO SOBRE A EVIDENCIAÇÃO DO
CAPITAL INTELECTUAL, NOS RELATÓRIOS DA
ADMINISTRAÇÃO DAS ENTIDADES COM MAIOR CAPITAL
SOCIAL, LISTADAS NA BOVESPA NOS ANOS DE 2005 E 2006**

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

Orientadora: Professora Dra. Sandra Rolim Ensslin.

Florianópolis, 2007

GEOVANA CAROLINA ROTTINI

**UM ESTUDO EMPÍRICO SOBRE A EVIDENCIAÇÃO DO
CAPITAL INTELECTUAL, NOS RELATÓRIOS DA
ADMINISTRAÇÃO DAS ENTIDADES COM MAIOR CAPITAL
SOCIAL, LISTADAS NA BOVESPA NOS ANOS DE 2005 E 2006**

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

Florianópolis, 30 de outubro de 2007.

Professora Dra. Elizete Dahmer Pfitscher
Coordenadora de monografia do departamento de Ciências Contábeis

Professores que compuseram a banca:

Professora Orientadora Dra. Sandra Rolim Ensslin
Departamento de Ciências Contábeis, da Universidade Federal de Santa Catarina

Professor Darci Schnorrenberger
Departamento de Ciências Contábeis, da Universidade Federal de Santa Catarina

Professora Fabricia Silva da Rosa
Departamento de Ciências Contábeis, da Universidade Federal de Santa Catarina

Florianópolis, 2007

AGRADECIMENTOS

Aos meus pais, que me ensinaram a encarar a vida com responsabilidade e respeito, me apoiando e incentivando em todos os momentos, sempre com muito amor e carinho.

Aos meus amigos de classe que me acompanharam durante estes anos, nos estudos e conversas. Levarei comigo estas amizades.

Aos mestres, em especial à minha orientadora, Professora Sandra Rolim Ensslin, pelo tempo e empenho despendido para me orientar na realização deste trabalho.

E à Universidade Federal de Santa Catarina, que me ajudou a realizar mais esta etapa, me proporcionando um estudo gratuito e de qualidade.

“ Que nossos esforços desafiem as impossibilidades. Lembrai-vos que as grandes proezas da história foram conquistadas do que parecia impossível”.
(Charles Chaplin)

RESUMO

ROTTINI, Geovana Carolina. Título: 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, 57f. Ciências Contábeis. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2007.

Orientadora: Professora Dra. Sandra Rolim Ensslin

Este estudo, de caráter empírico-descritivo, tem o objetivo de investigar a divulgação do Capital Intelectual (CI), nos relatórios da administração das 25 maiores empresas brasileiras, listadas na BOVESPA em 31/12/2004. Este trabalho dá prosseguimento à análise de Carvalho; Ensslin (2006), estendendo a pesquisa para os anos de 2005 e 2006. A metodologia de pesquisa utilizada foi a “análise de conteúdo”, adaptada por Guthrie *et al.* (1999), para a leitura dos Relatórios da Administração das organizações investigadas. Para a classificação das categorias e elementos, utilizou-se a taxonomia proposta por Sveiby (1999 *apud* CARVALHO; ENSSLIN, 2006, p. 5). Os resultados revelam que a categoria mais representativa de CI foi o Capital Externo, para os 2 (dois) anos analisados. Verificou-se ainda que há uma alta incidência de divulgação voluntária, com ênfase na narrativa de determinados elementos. Observa-se que houve muito mais casos de redução da evolução da evidenciação dos elementos do ano de 2004 para 2006. Talvez se possa atribuir essa não evolução na maioria dos elementos pelo curto espaço de tempo entre os períodos analisados.

Palavras-chave: Capital Intelectual; Relatório da Administração; Evidenciação.

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Percentual de evidenciação das três categorias de CI - 2005	44
Gráfico 2 – Percentual de evidenciação das três categorias de CI - 2006	45
Gráfico 3 – Percentual da não evolução da evidenciação dos elementos do capital intelectual..	51

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Empresas da amostra – BOVESPA.....	16
Quadro 2 – Noções para identificação dos elementos nos RAs	19
Quadro 3 – Evidenciação da importância do capital intelectual	29
Quadro 4 – Evidenciação da importância do capital intelectual	30
Quadro 5 – Evidenciação da importância do capital intelectual	31
Quadro 6 – Evidenciação da importância do capital intelectual	32
Quadro 7 – Evidenciação da importância do capital intelectual	33
Quadro 8 – Empresas da amostra numeradas.....	39
Quadro 9 – Frequência de divulgação de cada elemento e seu percentual de ocorrência.....	41
Quadro 10 – Frequência de divulgação de cada elemento e seu percentual de ocorrência.....	42
Quadro 11 - Objetivos específicos e resultados obtidos.....	53

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 - Matriz desenhada para análise de conteúdo dos relatórios da administração	18
Tabela 2 - Frequência de divulgação de cada elemento, seu percentual e evolução	21
Tabela 3 – Frequência de divulgação de cada elemento, seu percentual e evolução	50

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

BOVESPA	Bolsa de Valores de São Paulo
CI	Capital Intelectual
CVM	Comissão de Valores Mobiliários
RAs	Relatórios da Administração
UFSC	Universidade Federal de Santa Catarina

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
1.1 TEMA E PROBLEMA.....	12
1.2 OBJETIVOS DE PESQUISA	13
1.3 JUSTIFICATIVA DO ESTUDO	14
1.4 METODOLOGIA DE PESQUISA	15
1.4.1 Procedimentos para a coleta de dados	15
1.4.1.1 Universo e Amostra	16
1.4.1.2 Análise de conteúdo dos Relatórios de Administração	17
1.4.2 Enquadramento Metodológico	22
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	24
2.1 CARACTERIZAÇÃO DOS ATIVOS	24
2.2 DEFINIÇÃO DE CAPITAL INTELECTUAL E CARACTERÍSTICAS	25
2.3 A IMPORTÂNCIA DO CAPITAL INTELECTUAL	28
2.4 EVIDENCIAÇÃO CONTÁBIL.....	35
2.4.1 O papel da contabilidade	35
2.4.2 Evidenciação Contábil.....	36
2.4.3 Relatórios da Administração (RAs).....	37
3 ESTUDO DE CASO	39
3.1 FREQUÊNCIA DA EVIDENCIAÇÃO E CATEGORIA MAIS REPRESENTATIVA.....	39
3.2 NATUREZA DA EVIDENCIAÇÃO DO CI.....	46
3.3 EVOLUÇÃO DA EVIDENCIAÇÃO VOLUNTÁRIA DO CAPITAL INTELECTUAL NAS EMPRESAS DA AMOSTRA	50
4 CONCLUSÕES.....	52
4.1 CONSIDERAÇÕES FINAIS	52
4.2 ATENDIMENTO DOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS PROPOSTOS	52
REFERÊNCIAS	55

1 INTRODUÇÃO

Este capítulo apresenta o tema, o problema, os objetivos geral e específicos da pesquisa, a justificativa do estudo e a metodologia utilizada. O tema e problema abordado contemplam que com o advento da tecnologia e todas as mudanças ocorridas no último século, a diferença do valor contábil (histórico) e de mercado das entidades está cada vez maior, conforme observam Antunes e Martins (2002). Acredita-se que os responsáveis por essa diferença sejam os bens incorpóreos, denominados Capital Intelectual (CI)¹, que vêm ganhando grande destaque. Pode-se verificar essa importância pela declaração de Lucena.

o conhecimento passou a representar um importante diferencial competitivo para as empresas que sabem adquiri-lo, mantê-lo e utilizá-lo de forma eficiente e eficaz. Esse conhecimento passou a gerar o Capital Intelectual, bastante valioso e, em alguns casos, até mais do que o próprio Capital Econômico. (LUCENA, 2006).

Diante da grande relevância do Capital Intelectual, Antunes (2006) sugere aos gestores que usem os intangíveis como recurso e como produto nos seus modelos de gestão, para otimizar seus resultados e atuar de forma mais competitiva.

Com a constatação da impossibilidade da contabilidade tradicional tratar a natureza dinâmica e intangível da criação de valor da empresa moderna, iniciaram-se os estudos sobre Capital Intelectual, buscando recuperar a função informativa da contabilidade, por meio de uma

¹ Como acontece em muitas outras áreas de pesquisa, existe uma quantidade diversificada de terminologias. Acredita-se que, devido ao alto nível de interesse dos pesquisadores com relação a esse tópico, não existe consenso em relação ao conjunto de termos e definições, nem mesmo uma tendência em direção a uma corrente. Os termos usados incluem, dentre outros, os seguintes itens: intangíveis, ativos intangíveis, capital intangível, recursos intangíveis, capital intelectual, propriedade intelectual gestão do conhecimento (GUTHRIE e PETTY, 2000; LEV, 2001; KAUFMANN e SCHNEIDER, 2004; CARVALHO e ENSSLIN, 2006, ANTUNES, 2006). A presente monografia adotada a expressão Capital Intelectual (CI), para se referir ao tema, face ao entendimento de que esta terminologia está mais vinculada ao enfoque gerencial que a presente pesquisa possui (observe-se que, por possuir um enfoque gerencial, esta investigação não se deterá a nenhum tipo de discussão dos aspectos relativos à legislação vigente); entretanto, as demais expressões podem aparecer no texto conforme manifestada pelo autor(es) pesquisados (fontes).

apresentação mais fidedigna, ou seja, merecedora de crédito e coerente com o atual contexto econômico, conforme afirmam Lucena (2006); Lev (2001), Antunes (2000).

Dentre as diversas formas de transmitir informações na contabilidade, destacam-se as Notas Explicativas e os Relatórios da Administração, os quais vão além das informações financeiras e econômicas (PONTE; OLIVEIRA, 2004)). Segundo Most (1977 *apud* FILHO, 2000), a evidenciação ultrapassa as demonstrações contábeis tradicionais, sendo determinada pelos interesses dos usuários.

1.1 TEMA E PROBLEMA

De acordo com Antunes e Martins (2002) o valor contábil das ações está muitas vezes abaixo do seu valor de mercado. E essa diferença vem sendo identificada como Capital Intelectual. Esses são bens que produzem benefícios intangíveis nas organizações e agregam valor, já que passam a ter muito mais importância do que tinham no passado.

Já faz parte da realidade de muitas empresas o ativo intangível ser maior que o tangível, como, por exemplo, nas entidades baseadas na *internet*. Nesse contexto, os bens incorpóreos vêm ganhando destaque no mundo empresarial, apesar de serem compostos de fatores ocultos e de difícil identificação, mensuração e contabilização. Assim, sua evidenciação é vista como um desafio. É preciso evidenciá-los aos usuários, já que as demonstrações contábeis sem a sua mensuração não mostram o valor real da entidade, prejudicando principalmente acionistas e a comunidade.

A grande dificuldade da contabilidade gerencial é a identificação dos elementos intangíveis, pois quando Edvinsson e Malone (1998) comparam os intangíveis às raízes de uma árvore, fica claro que não são elementos visíveis e fáceis de detectar.

Esses ativos são atualmente um dos principais fatores de vantagem competitiva para as empresas, conforme afirmam Beuren e Oliveira (2003); sendo a controladoria a área da organização responsável pela agregação e disponibilização de informações aos processos decisórios, de acordo com Antunes (2006), faz-se necessário evidenciar o Capital Intelectual, a fim de contribuir para o alcance dos objetivos da entidade.

A informação assume um papel decisivo para a sobrevivência e o desenvolvimento das organizações, obrigando-as a se manterem informadas e intensificando a utilização do conhecimento. No momento atual as organizações necessitam de informações cada vez mais completas e complexas. Por sua vez, os usuários buscam informações que extrapolem o lado financeiro das organizações e que abordem aspectos gerenciais, mercadológicos e outros aspectos relevantes do negócio, conforme aponta Paiva (2006). Dessa forma os relatórios administrativos são fontes de informação que visam auxiliar os usuários. De acordo com Iudícibus (1997 *apud* PONTE; OLIVEIRA, 2004), tais relatórios apresentam informações de caráter não financeiro que afetam as operações da empresa.

Emerge, nesse contexto, a seguinte pergunta de pesquisa: *As empresas brasileiras, com maior capital social, evidenciam voluntariamente os elementos de capital intelectual em seu relatório de administração? Em caso afirmativo, quais são os elementos mais representativos?*

1.2 OBJETIVOS DE PESQUISA

O objetivo geral da pesquisa consiste em investigar a evidenciação do Capital Intelectual, por empresas brasileiras, nos relatórios de administração relativos aos anos de 2005 e 2006.

A partir do objetivo geral, têm-se como objetivos específicos os seguintes:

- Conceituar, caracterizar e verificar a importância dos ativos intangíveis/capital intelectual;
- Verificar a existência de elementos intangíveis/capital intelectual nos relatórios de administração das 25 maiores empresas de capital aberto, listadas na BOVESPA em 31/12/2004;
- Analisar, dentre as empresas participantes, os elementos mais representativos;
- A partir do trabalho de Carvalho e Ensslin (2006), verificar a evolução da evidenciação voluntária do Capital Intelectual nas empresas constantes da amostra.

1.3 JUSTIFICATIVA DO ESTUDO

Atualmente há um acirramento maior de competitividade, com o surgimento de novos formatos organizacionais, enquanto a área tecnológica se desenvolve cada vez mais rápido, influenciando decisivamente no ambiente empresarial. Dessa forma, os gestores devem conhecer a importância dos intangíveis para atender as necessidades informativas dos usuários, já que esses bens vêm superando em importância os ativos físicos, conforme apontam Bornia e Wernke (2003).

Para Oliveira (1998), os interesses dos usuários são diferentes; assim, a empresa deve propiciar informações que atendam essa gama de interesses, sem confundi-los, buscando satisfazer com informações adequadas, justas e plenas. A evidenciação é, também, um meio de fornecer informações necessárias, relevantes e materiais, pois os usuários desejam conhecer melhor a entidade, ter seus atos transparentes e claros, já que assim poderão ter maior confiança na empresa que investem ou pretendem investir.

Esse estudo tem como contribuição prática a verificação de como os intangíveis fazem parte da realidade de grandes organizações, visto que estão presentes no dia-a-dia da empresa,

mas são fatores ocultos, que precisam ser entendidos para melhorar os resultados. Existe uma pesquisa anterior, realizada por Carvalho e Ensslin (2006), com o mesmo propósito. Este trabalho pretende dar prosseguimento à investigação de Carvalho e Ensslin (2006), estendendo a pesquisa para os anos de 2005 e 2006.

Por meio da investigação e divulgação de informações sobre o capital intelectual das 25 maiores empresas, em relação a Capital Social, listadas na BOVESPA em 2004, será possível contribuir para o enriquecimento da literatura das Ciências Contábeis nos estudos referentes às práticas desses ativos.

1.4 METODOLOGIA DE PESQUISA

1.4.1 Procedimentos para a coleta de dados

Os procedimentos para coleta de material bibliográfico para escrever o referencial teórico foram desenvolvidos tendo por base livros e artigos científicos publicados a partir de 1998; para a coleta de dados foram pesquisados os Relatórios da Administração das empresas investigadas.

O procedimento adotado para analisar os Relatórios da Administração é a metodologia de Guthrie *et. al.* (1999 *apud* CARVALHO; ENSSLIN, 2006, p. 4). Foi realizada uma análise do conteúdo nos relatórios dos anos de 2005 e 2006, das 25 maiores empresas brasileiras de capital aberto (em 31/12/2004 – amostra da pesquisa de CARVALHO; ENSSLIN), selecionadas pelo critério do Capital Social, sendo que os dados foram coletados junto à Comissão de Valores Mobiliários (CVM). O relatório da administração constitui-se como uma fonte útil de informação sobre uma empresa, visto que nele é relatado para os acionistas e para o público em geral, o que

é importante para a organização. Ressalta-se que o administrador da empresa tem controle da divulgação das informações constantes nos relatórios.

1.4.1.1 Universo e amostra

Conforme Carvalho e Ensslin (2006), na data da pesquisa, 04 de maio de 2005, existiam 388 empresas citadas na Bolsa de Valores de São Paulo (BOVESPA). A amostra de empresas listadas na bolsa brasileira, escolhida como objeto de estudo, consiste em uma amostra não aleatória e não estatística, das primeiras 25 empresas de capital aberto, com maior Capital Social. A amostra extraída da pesquisa de Carvalho e Ensslin (2006) consta no Quadro 1.

Nome	Capital Social (R\$)	Nome	Capital Social (R\$)
PETROBRÁS	32.896.137.750,00	COPEL	3.480.000.000,00
ELETROBRÁS	20.785.195.909,48	BRASIL TELECOM	3.435.787.767,67
BANCO DO BRAIL	9.864.153.395,17	SABESP	3.403.688.565,23
BANCO ITAÚ	8.101.000.000,00	BRASKEM	3.402.968.293,84
BANCO BRADESCO	7.700.000.000,00	LIGTH ENERGIA	3.345.369.460,07
VALE DO RIO DOCE	7.300.000.000,00	EMBRAER	3.149.780.045,54
TELEMAR	7.120.864.712,98	SIDERURGICA DE TUBARÃO	2.782.105.976,27
TELESP CELULAR	6.427.557.341,20	NET	2.748.650.800,11
GERDAU S.A	5.206.968.523,52	CESP	2.655.433.454,45
UNIBANCO	5.000.000.000,00	BANESPA	2.536.794.330,02
AMBEV	4.742.803.034,47	VOTORANTIM	2.478.582.123,76
CPFL ENERGIA	4.082.035.927,75	TRACTEBEL	2.445.766.091,90
PÃO DE AÇÚCAR	3.509.420.736,98		

Quadro 1 - Empresas da amostra – BOVESPA

Fonte: Carvalho; Ensslin (2006; p. 4)

1.4.1.2 Análise de conteúdo dos relatórios de administração

Para a leitura dos relatórios, utiliza-se a análise de conteúdo, que, conforme Richardson (1999) é uma técnica de pesquisa na qual deve haver objetividade, sistematização e inferência. A objetividade refere-se ao uso de normas e regras, a fim de evitar a subjetividade na análise. A sistematização inclui o planejamento, a coleta e a análise de acordo com a metodologia científica. Já a inferência diz respeito ao levantamento de proposições, como, por exemplo: o que levou ao estudo, quais suas causas ou antecedentes, quais os efeitos? Assim, a leitura e análise dos dados devem ser mais aprofundadas.

Richardson (1999, p. 224) ainda complementa: “a análise de conteúdo deve ser eficaz, rigorosa e precisa. Trata-se de compreender melhor um discurso, de aprofundar suas características e extrair os momentos mais importantes”.

A análise do conteúdo dos relatórios da administração das empresas listadas na amostra foi realizada utilizando-se a metodologia de Guthrie *et. al.* (1999 *apud* CARVALHO; ENSSLIN, 2006, p. 4). Tais autores utilizaram um sistema de quatro códigos numéricos, descrito abaixo, para apontar a existência (ou não) da evidenciação do elemento, e como esse estava sendo divulgado:

- 0 = item não apareceu no relatório anual;
- 1 = item apareceu no relatório anual de forma narrativa;
- 2 = item recebeu um valor numérico no relatório anual;
- 3 = item recebeu um valor monetário no relatório anual.

Observa-se que, em seu estudo empírico, Guthrie *et. al.* (1999 *apud* CARVALHO; ENSSLIN, 2006, p. 4). verificaram que os itens referentes ao Capital Intelectual foram relatados

em forma narrativa em praticamente todos os casos, aplicando-se somente o sistema de códigos 0:1. Foi utilizada a classificação de Sveiby (1997 *apud* CARVALHO; ENSSLIN, 2006, p. 5), tanto em termos das categorias, quanto em termos dos elementos, conforme a Tabela 1.

	Empresas				Total	%
	1	2	...	25		
Capital Intelectual						
1 Capital Interno						
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						
2 Capital Externo						
2.1 Marcas						
2.2 Clientes						
2.3 Fidelidade de clientes						
2.4 Nome da companhia						
2.5 Canal de distribuição						
2.6 Colaboração dos negócios						
2.7 Acordo licenciado						
2.8 Contrato favorável						
2.9 Acordo de franchising						
3 Competência dos funcionários						
3.1 Know-how						
3.2 Educação						
3.3 Qualificação vocacional						

3.4	Conhecimento relacionado ao trabalho				
3.5	Competências relacionadas ao trabalho				
3.6	Espírito empreendedor				
TOTAL					

Tabela 1 - Matriz desenhada para análise de conteúdo dos relatórios da administração

Fonte: Carvalho e Ensslin (2006, p. 5)

Após o processo de atribuição dos valores (0:1), foi feito um somatório, no eixo vertical, dos elementos presentes na divulgação de cada empresa, com vistas a identificar quais elementos a organização evidenciou. Foi realizado, ainda, um somatório no eixo horizontal para verificação do número total de ocorrência de cada elemento, o que informa quantas organizações evidenciaram o elemento em análise. Na seqüência foi calculada a freqüência, em termos percentuais, com que cada elemento foi divulgado. Após esse cálculo, fez-se o somatório dos percentuais de cada grupo, dividindo esse valor pelo total dos percentuais dos três grupos, a fim de identificar a categoria mais representativa de CI (capital externo, interno ou competência dos funcionários).

Para a identificação dos elementos de Capital Intelectual nos Relatórios de Administração (RAs), serão apresentadas abaixo as noções adotadas no presente trabalho.

Elemento	Noção adotada
Patente	É um direito fornecido pelo Estado ao titular para explorar comercialmente a sua criação. Proibi outros de fabricarem, usarem, venderem a invenção ou modelo de utilidade.
Direitos autorais	É um material de criação intelectual. Como base de dados, obras de desenho, projetos, esboços, dicionários.
Marcas registradas	São sinais distintivos visualmente perceptíveis para distinguir produtos ou serviços, forma nominativa, figurativa, mista, tridimensional e ou certificação. Refere-se a uma posse da empresa.

Filosofia gerencial	É a forma de conduta adotada pela empresa para o processo produtivo.
Cultura corporativa	São as crenças, valores, costumes, ritos, cerimônias, redes de comunicação informal e hábitos.
Processos gerenciais	São formas de gestão empresarial.
Sistemas de informações	Refere-se a infra-estrutura de informática e telecomunicações. Serve para coletar, processar e transmitir dados que são úteis aos usuários.
Sistemas de relacionamento	Formas de comunicação entre os funcionários.
Relações financeiras	São benefícios fornecidos pela empresa, como seguro e previdência.
Marcas	Quando relaciona a marca ao público, como ser reconhecida no país.
Clientes	Quando reconhecer os clientes, sua satisfação, o tratamento destinado a eles
Fidelidade dos clientes	Quando citar que os clientes são fiéis a empresa
Nome da companhia	Quando referir-se somente ao nome, relacionando ao público.
Canal de distribuição	É o caminho seguido pelo produto desde a fabricação até o consumidor final. Refere-se a exportações ou atendimento ao mercado interno.
Colaboração nos negócios	Trata de parcerias com outras empresas.
Acordo licenciado	É um acordo com autorização de outra entidade
Contrato favorável	É um negócio que traz benefícios a empresa.
Acordo de franchising	São franquias e referência a royalties.
Know-How	São conhecimentos e experiências.

Educação	São iniciativas de educação corporativa para desenvolver os funcionários.
Qualificação vocacional	Refere-se a qualidade dos funcionários
Conhecimento relacionado ao trabalho	É a capacidade dos funcionários, como para formar lideranças internas.
Competências relacionadas ao trabalho	Refere-se à competência dos funcionários.
Espírito empreendedor	É a visão empreendedora do funcionário, como oportunidades de ascensão.

Quadro 2 – Noções para identificação dos elementos nos RAs

Fonte: Elaboração própria

Para verificar se há manutenção ou não da evolução positiva dos elementos do Capital Intelectual nas organizações da amostra, será feita uma comparação com os dados do ano de 2004, obtidos da pesquisa de Carvalho e Ensslin (2006), com os dados encontrados em 2006 neste estudo. Para facilitar essa comparação, a coluna a seguir evidencia se houve progresso (P), manutenção (M) ou redução (R). Essa análise será feita como mostra a tabela a seguir.

	2004	%	2006	%	P/M/R
Capital Intelectual					
1 Capital Interno					
1.1 Propriedade Intelectual					
1.1.1 Patentes	2	8%			
1.1.2 Direitos Autorais	0	0%			
1.1.3 Marcas registradas	11	44%			
1.2 Recursos de infra-estrutura					
1.2.1 Filosofia gerencial	14	56%			
1.2.2 Cultura corporativa	15	60%			
1.2.3 Processos gerenciais	13	52%			
1.2.4 Sistemas de informações	21	84%			
1.2.5 Sistemas de relacionamentos	23	92%			
1.2.6 Relações financeiras	19	76%			

2	Capital Externo					
2.1	Marcas	25	100%			
2.2	Clientes	25	100%			
2.3	Fidelidade de clientes	13	52%			
2.4	Nome da companhia	16	64%			
2.5	Canal de distribuição	21	84%			
2.6	Colaboração dos negócios	22	88%			
2.7	Acordo licenciado	13	52%			
2.8	Contrato favorável	20	80%			
2.9	Acordo de franchising	1	4%			
3	Competência dos funcionários					
3.1	Know-how	13	52%			
3.2	Educação	18	72%			
3.3	Qualificação vocacional	14	56%			
3.4	Conhecimento relacionado ao trabalho	17	68%			
3.5	Competências relacionadas ao trabalho	17	68%			
3.6	Espírito empreendedor	13	52%			

Tabela 2: Freqüência de divulgação de cada elemento, seu percentual e evolução
Fonte: Carvalho (2006)

1.4.2 Enquadramento Metodológico

A tipologia de pesquisa quanto ao objetivo é descritiva. Segundo Gil (1999 *apud* BEUREN; LONGARAY, 2003, p. 81), pesquisa descritiva tem como principal objetivo identificar, relatar e comparar características de certo fenômeno ou estabelecer relações entre as variáveis. Para atingir esse objetivo, utilizam-se técnicas padronizadas para coletas de dados. Assim, o presente trabalho se caracteriza como descritivo por ter como objetivo investigar e relatar a evidenciação do Capital Intelectual das 25 entidades brasileiras com maior capital social, listadas na BOVESPA nos anos de 2005 e 2006.

Os procedimentos que se pretende utilizar são de pesquisa documental e de pesquisa bibliográfica, com análise dos Relatórios de Administração, encontrados na BOVESPA. Segundo Silva e Grigolo (2002 *apud* BEUREN; LONGARAY, 2003, p. 89), a pesquisa documental vale-se de materiais que ainda não receberam nenhuma análise aprofundada. Esse tipo de pesquisa

visa, assim, selecionar, tratar e interpretar a informação bruta, buscando extrair dela algum sentido e introduzir-lhe algum valor, podendo, desse modo, contribuir com a comunidade científica. Já a pesquisa bibliográfica, conforme Gil (1999 *apud* BEUREN; LONGARAY, 2003, p. 87), é desenvolvida por meio de material já elaborado, principalmente livros e artigos científicos.

A fonte da natureza dos dados que será utilizada é secundária, que de acordo com Beuren e Longaray (2003) implica na extração de informações de livros, periódicos, anais de congressos, teses, dissertações, visando dar suporte teórico ao estudo. Os Relatórios de Administração das 25 maiores companhias abertas brasileiras (Capital Social) constituem fontes secundárias, visto que não são oriundos de questionários ou entrevistas.

A abordagem metodológica do problema que será utilizada é qualitativa. Para Richardson (1999) a metodologia qualitativa pode descrever a complexidade de certo problema, analisar a interação das variáveis, compreender os processos dinâmicos de grupos sociais, podendo contribuir para um maior nível de entendimento das particularidades do comportamento dos indivíduos. Portanto, o presente estudo segue uma abordagem qualitativa, pois haverá análise do conteúdo das variáveis, identificando os elementos mais representativos e as empresas que mais possuem intangíveis.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo são abordados os conceitos referentes aos ativos intangíveis, as características que os diferenciam dos demais ativos, buscando-se evidenciar a sua importância segundo diversos pesquisadores. Este capítulo visa essencialmente promover a familiarização com os conceitos apresentados, e de modo geral, facilitar a compreensão do assunto proposto.

2.1 CARACTERIZAÇÃO DOS ATIVOS

Segundo Machado *et al* (2005), ativos são bens e direitos que proporcionam fluxos de serviços ao longo do tempo, podendo ser de consumo (serviços de habitação) e monetário (ativos financeiros).

Há características fundamentais para um item ser considerado ativo. Como afirmam Hendriksen e Van Breda (1999 *apud* MACHADO *et al.*, 2005, p. 98), “as características para identificação de ativos estão relacionadas a benefícios futuros, propriedade, posse ou controle e os direitos específicos exclusivos a uma entidade”. Além disso, os autores afirmam que deve existir um atributo relevante de mensuração confiável. Bens são todos os itens que podem ser avaliados economicamente e direito são valores a serem recebidos de terceiros.

Segundo Sprouse e Moonitz (1962 *apud* MACHADO *et al.*, 2005, p. 94), “ativos representam benefícios esperados, direitos que foram adquiridos pela entidade como resultado de alguma transação corrente passada.” Mas pode-se inserir nesta declaração que os bens podem, além de serem adquiridos, serem criados pela própria organização. Para a FASB, esses benefícios futuros são características essenciais dos ativos. Sobre esses há direitos, que devem ser positivos, pois se nulos ou negativos não são ativos.

Pode-se relacionar outros conceitos, entre eles o de Iudicibus (1997 *apud* MACHADO *et al.*, 2005, p. 95)

a característica fundamental é sua capacidade de prestar serviços futuros à entidade que os têm, individualmente ou conjuntamente com outros ativos e fatores de produção, capazes de transformar, direta ou indiretamente, em fluxos líquidos de entradas de caixa. Todo ativo representa, mediata ou imediatamente, direta ou indiretamente, uma promessa futura de caixa.

Para Martins (1972 *apud* MACHADO *et al.*, 2005, p. 96), ativos são “o futuro resultado econômico que se espera obter de um agente.” O termo *agente* é qualificado como ativo.

Diante desses conceitos, Machado *et al.* (2005) define ativo como sendo recursos controlados pela empresa que podem gerar fluxos futuros positivos de caixa.

Neste estudo será considerada a definição de Hendriksen e Van Breda, haja vista que engloba diversas características essenciais aos ativos, quais sejam: benefícios futuros, propriedade, direitos exclusivos e mensuração. É, portanto, o conceito mais abrangente e informativo.

2.2 DEFINIÇÃO DE CAPITAL INTELECTUAL E CARACTERÍSTICAS

Cada vez mais os profissionais e pesquisadores do mundo inteiro estão se preocupando com a evidenciação dos elementos intangíveis, visto que eles agregam valor e trazem benefícios futuros à organização. Como cita Kayo (2002 *apud* FAMÁ; PEREZ, 2006, p. 14), “ativos intangíveis podem ser definidos como um conjunto estruturado de conhecimentos, práticas e atitudes da empresa que, interagindo com seus ativos tangíveis, contribui para a formação do valor das empresas”.

Segundo Santos e Schmidt (2002, p. 14), o termo *intangível* vem do latim *tangere* ou tocar. Assim, os bens intangíveis são os que não podem ser tocados. No entanto, alguns ativos não possuem tangibilidade e são classificados como tal (por exemplo, as aplicações financeiras).

Uma definição mais adequada é a de Kohler (apud Iudícibus, 2004), que define intangível como ativos que não têm existência física, tendo valor limitado aos direitos e benefícios que, antecipadamente, sua posse traz ao proprietário.

Lev (2001 *apud* FAMÁ; 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.

A definição de Schmidt e Santos (2002) é mais simplória, visto que os intangíveis são conceituados apenas como bens não materiais. Iudícibus (2004) acrescenta a informação de que são ativos que trazem benefícios futuros. Por sua vez, Lev (2001) acrescenta à definição de Iudícibus (2004) a informação de que são criados pelas práticas da entidade. Por seu turno, Kayo afirma que deve haver integração com os ativos tangíveis.

Considera-se, para este estudo, que a definição de ativos intangíveis de Kayo é a mais adequada, visto que o conceito é o somatório do conhecimento e práticas empresariais aos bens materiais, formando assim, o capital intelectual. Essa definição vai ao encontro do pensamento de Sá (2000), que propõe a seguinte definição: “o patrimônio imaterial das empresas é um resultado do aumento de funções do próprio capital material e dos agentes que sobre o mesmo atuam para dinamizá-lo e aumentar-lhe a capacidade de utilidade ou eficácia”.

Os intangíveis possuem algumas características, conforme destaca Chambers (1966 *apud* MACHADO *et al.*, 2005, p. 99):

- inexistência de usos alternativos: os ativos intangíveis não podem ser transferidos a usos alternativos, exceto as marcas, como a Disney;

- inseparabilidade: os ativos intangíveis não podem ser separados da entidade como um todo ou de seus ativos físicos, exceto para os direitos autorais, marcas e patentes, que podem ser vendidos separadamente; e
- incerteza quanto à recuperação: possuem alto grau de incerteza a respeito do valor dos benefícios futuros, como por exemplo, o retorno do valor investido em um equipamento especializado em um novo laboratório de pesquisa.

Por seu turno, Reilly e Schweih (1998 *apud* FAMÁ; PEREZ, 2006, p. 14), enfatizam outras características pertinentes aos intangíveis, como:

- Deve ser passível de identificação específica e descrição reconhecível;
- Deve estar sujeito à existência, proteção legal e ao direito de propriedade privada;
- Deve haver evidência tangível, como contrato específico, licença de uso, registro;
- Deve ser resultado de um evento identificável;
- Deve estar sujeito a ser destruído ou cancelado em um momento identificável.

Além dessas, Schnorrenberger (2005), descreve algumas características diferenciadoras em relação aos tangíveis, quais sejam: grande potencial em criar valor, promoção de efeitos de rede, capacidade de alavancar retornos, uso não limitado a uma só pessoa, existência de risco de insucesso e de fraudes na mensuração, aumentam seu valor pelo uso, limite determinado pelo mercado e, por fim, controle mais difícil.

Conhecer as características pertinentes ao capital intelectual, apresentadas nesta seção, contribui para melhor identificação dos elementos, facilitando a leitura dos relatórios administrativos.

2.3 A IMPORTÂNCIA DO CAPITAL INTELECTUAL

Apresentar-se-á a seguir a comprovação de que o capital intelectual é realmente importante às organizações, através de informações de artigos científicos elaborados a partir do ano 2001. Trata-se de uma pesquisa aleatória, onde foram verificados alguns volumes de cada local de publicação, extraídos da própria revista ou da *internet*. Não se trata portanto de uma investigação da literatura contábil sobre a importância do capital intelectual.

Artigo	Ano	Autor(es)	Local de publicação	Constatação da importância do capital intelectual
Capital Intelectual e a Contabilidade	2001	Walcir Gonçalves de Lima	CRC SP	<p>"As organizações, sejam elas de pequeno, médio ou grande porte, que não se dão conta da importância de seus ativos intelectuais e que não procuram especializá-los, proporcionando treinamentos, irrelevando a importância de tais ativos, certamente encontram-se em desvantagem competitiva em relação aos seus concorrentes, que valorizam seu capital intelectual, pois, aqueles, ainda não enxergaram a importância que a matéria intelectual agrega de valor ao seu patrimônio e conseqüentemente ao valor da empresa num mercado altamente competitivo". (pág. 23)</p> <p>"Vivemos a era do conhecimento, as organizações em geral precisam compreender a importância de seu intangível intelectual e conseqüentemente bem gerenciar essa capacidade". (pág. 28)</p>
Mensuração de custos intangíveis	2001	Rodney Wernke	CRC SP	<p>"Os custos intangíveis vêm ganhando cada vez mais importância...a relevância consiste principalmente no fator estratégico, em termos de participação no mercado, visto que os consumidores têm atribuído cada vez mais valor ao aspecto ambiental e da qualidade". (pág. 34)</p>
Capital Intelectual: Verdades e Mitos	2002	Maria Thereza Pompa Antunes e Eliseu Martins	Revista Contabilidade & Finanças	<p>"... cada vez mais, o conhecimento e o gerenciamento dos elementos intangíveis são relevantes para a gestão das empresas, pois o momento atual é caracterizado pela ampla aplicação do recurso do conhecimento pelo homem, que se materializa em novas tecnologias, sistemas e serviços que agregam valor às organizações". (pág. 41)</p> <p>"... considerando-se todos os aspectos intangíveis que hoje fazem parte do mundo empresarial, cujo gerenciamento tornou-se indispensável para a continuidade das empresas, pode-se inferir que todos eles agregam valor às empresas". (pág. 46)</p>

Quadro 3 – Evidenciação da importância do capital intelectual

Fonte: Elaboração própria

Artigo	Ano	Autor(es)	Local de publicação	Constatação da importância do capital intelectual
A mensuração do ativo intangível Responsabilidade Social Empresarial	2002	Irineu Afonso Frey e Márcia Rosane Frey	Revista Brasileira de Contabilidade	<p>“O crescimento da importância dos ativos intangíveis faz com que a contabilidade tradicional comece a preocupar-se efetivamente no que diz respeito à mensuração e avaliação de ativos intangíveis”. (pág. 48)</p> <p>“A importância dos ativos intangíveis das empresas é incontestável e cada vez maior”. (pág. 48)</p>
O tratamento contábil do capital intelectual em empresas com valor de mercado superior ao valor contábil	2003	Joel Marques de Oliveira e Ilse Maria Beuren	Revista Contabilidade & Finanças	<p>“... um ativo pouco estudado e discutido pela contabilidade, mas que está se transformando num dos principais fatores de vantagem competitiva para as empresas”. (pág. 82)</p> <p>“... os ativos humanos têm um papel mais importante na economia atual do que tinham no passado”. (pág. 83)</p>
Avaliação de Intangíveis: o <i>goodwill</i> no contexto das práticas internacionais comparativas	2004	Sady Mazzioni, Omeri Dedonatto, Celso Galante, Juceli Biazzi e José Castro Neto.	Revista Gestão Organizacional	<p>“As operações de compra, venda, incorporações e fusões de empresas, que vêm acontecendo nos últimos anos, só vêm comprovar a valorização dos intangíveis. Através dessas negociações entre empresas, constata-se um acréscimo de valor substancial, da marca, imagem, posição comercial, fidelidade de clientes e outros”. (pág. 21)</p>

Quadro 4 - Evidenciação da importância do capital intelectual

Fonte: Elaboração própria

Artigo	Ano	Autor(es)	Local de publicação	Constatação da importância do capital intelectual
Estudo de caso aplicando modelo para identificação de potenciais geradores de intangíveis	2003	Rodney Wernke e Antônio César Bornia	Revista Contabilidade & Finanças	<p>“A partir da última década do século passado têm se tornado mais relevantes os aspectos intangíveis de uma organização, em detrimento de seus ativos tangíveis (como máquinas, prédios, veículos etc). Isso deriva da modernização da economia mundial, que passou a considerar fatores como capacidade inovação, conhecimento e perícia do quadro de funcionários, habilidades de negociação, localização geográfica, produtividade, qualidade, dentre outros itens, como indicadores da competitividade das empresas”. (pág. 46)</p> <p>“Mesmo com divergências conceituais entre os autores, resta evidente a importância que esse fator assume nas empresas que competem em mercados acirrados, no contexto econômico atual, notadamente no que tange à avaliação das mesmas”. (pág. 46)</p> <p>“Um estudo do Brookings Institute, de 1982, mostrou que o valor contábil dos ativos tangíveis representava 62% do valor de mercado das organizações industriais. Dez anos mais tarde, o índice caiu para 38%. E estudos recentes estimaram que, em fins do século XX, o valor contábil dos ativos tangíveis correspondia a apenas 10 a 15% do valor de mercado das empresas. Sem dúvida, as oportunidades para a criação de valor estão migrando da gestão de ativos tangíveis para a gestão de estratégias baseadas no conhecimento, que exploram os ativos intangíveis da organização”. (pág. 47)</p> <p>“Segundo Antunes (2000) os intangíveis vêm ganhando mais espaço na nova economia”. (pág. 47)</p> <p>“Iudicibus (1988, p.7-9) chega a atribuir mais importância ao intangível de um balanço, como elemento de discernimento no que se refere à potencialidade da entidade, do que, às vezes, aos elementos tangíveis”. (pág. 47)</p>

Quadro 5 - Evidenciação da importância do capital intelectual

Fonte: Elaboração própria

Artigo	Ano	Autor(es)	Local de publicação	Constatação da importância do capital intelectual
Ativos intangíveis e o desempenho empresarial	2006	Marcelo Monteiro Perez e Rubens Famá	Revista Contabilidade & Finanças	<p>“Ativos intangíveis, como marcas, patentes, concessões públicas e capital intelectual, por exemplo, são ativos singulares, cujas características únicas poderiam permitir a diferenciação entre as empresas e a obtenção de vantagens competitivas. Nesse contexto, inúmeros autores têm afirmado que a geração de riqueza nas empresas estaria diretamente relacionada com os ativos intangíveis, pois esses ativos seriam responsáveis por desempenhos econômicos superiores e pela geração de valor aos acionistas e, ainda, que uma maior presença de ativos intangíveis não contabilizados poderia explicar as lacunas entre o valor de mercado das empresas e o valor refletido pela contabilidade tradicional”. (pág. 7)</p> <p>“Inúmeros autores como Lev (2001), Flamholtz (1985), Stewart (1999), Sveiby (1997), Boulton et al. (2001), Kaplan e Norton (1997), Nonaka e Takeuchi (1997) e Edvinsson e Malone (1998), também, têm afirmado que a geração de riqueza nas empresas está cada vez mais relacionada aos ativos intangíveis ou aos ativos intelectuais”. (pág. 8)</p> <p>“Apesar da inegável importância dos ativos intangíveis, para Kayo (2002), Reilly e Schweih (1998) e Boulton et al. (2001), isso não significa que os tangíveis estejam perdendo importância, pois é difícil dissociar um ativo tangível de um intangível. Assim, é a interação dessas duas naturezas de ativos que define o efetivo valor da empresa”. (pág. 8)</p> <p>“A importância dos ativos intangíveis é a característica distintiva da nova economia. De modo geral, as demonstrações contábeis existentes reconhecem estes ativos somente quando adquiridos de outros. Normatizadores contábeis deveriam desenvolver as bases para o reconhecimento e a mensuração de ativos intangíveis gerados internamente. (UPTON, 2001, p. 3)”. (pág. 15)</p>

Quadro 6 - Evidenciação da importância do capital intelectual

Fonte: Elaboração própria

Artigo	Ano	Autor(es)	Local de publicação	Constatação da importância do capital intelectual
A controladoria e o capital intelectual: um estudo empírico sobre sua gestão	2006	Maria Thereza Pompa Antunes	Revista Contabilidade & Finanças	<p>“É de se sugerir que os gestores na atualidade, por meio de seus modelos de gestão, contemplem esses elementos intangíveis fazendo uso do conhecimento como recurso e também como produto ou serviço gerado, a fim de otimizar as suas aplicações e de beneficiarem-se das suas conseqüências, obtendo condições para que atuem de forma competitiva num mundo de constantes e cada vez mais rápidas alterações”. (pág. 22)</p> <p>“O motivo subjacente para a realização de quaisquer investimentos em elementos intangíveis e para sua gestão reside na percepção dos gestores sobre a sua importância para as organizações e essa importância deve estar contemplada no modelo de gestão da empresa”. (pág. 22)</p> <p>“Atualmente é muito difícil encontrar um único setor, empresa ou organização de qualquer espécie que não tenha passado a fazer uso intensivo dos elementos intangíveis e não se tenha tornado dependente do conhecimento como fonte de atração para consumidores e clientes e da tecnologia da informação como instrumento gerencial”. (pág. 34)</p>

Quadro 7 - Evidenciação da importância do capital intelectual

Fonte: Elaboração própria

De acordo com estas citações, vemos que no âmbito acadêmico, o Capital Intelectual é relevante e sua importância fica bem evidenciada.

Para Lima (2001), as organizações que não se importam com os intangíveis encontram-se em desvantagem competitiva, já que o Capital Intelectual agrega valor à empresa. O autor também destaca que o atual estágio mundial exige compreensão dos ativos intelectuais.

Wernke (2001) enfatiza a relevância dos intangíveis como fator estratégico, visando uma maior participação no mercado. Por sua vez, Antunes e Martins (2002) destacam a importância do gerenciamento desses ativos, visto que o recurso do conhecimento é característico do momento atual, além de agregar valor às empresas.

Frey e Frey (2002) referem-se às conseqüências na contabilidade financeira geradas pelo crescimento da importância dos intangíveis, como também afirmam que a sua importância é incontestável.

Conforme Beuren e Oliveira (2003), esses ativos compõem os principais fatores de vantagem competitiva para as entidades, enfatizando os ativos humanos, como mais importantes na economia atual. Por sua vez, Biazzi *et al.* (2004) mostram que o acréscimo de valor nas negociações só comprova a valorização dos intangíveis.

Para Bornia e Wernke (2003), o que levou ao destaque do Capital Intelectual foi a modernização da economia, na qual os fatores intangíveis passaram a ser mais importantes. Também afirmam que a sua importância é evidente nas empresas competitivas.

Famá e Perez (2006) destacam que os intangíveis são ativos singulares, ou seja, com características únicas, e isso explica a diferenciação entre empresas. Além do mais, os intangíveis podem explicar a lacuna entre o valor contábil e de mercado. Entretanto, os autores destacam que os tangíveis também são relevantes e devem ser associados aos intangíveis para definir o verdadeiro valor da empresa.

Antunes (2006) sugere aos gestores que utilizem os intangíveis como recurso e como produto para atuarem de forma mais competitiva. A autora sugere que eles façam parte do modelo de gestão da entidade. Atualmente, a maioria das organizações já utiliza os intangíveis e depende do conhecimento para seu sucesso.

Com todas essas evidências, fica clara a relevância do Capital Intelectual na atual sociedade voltada ao conhecimento e no novo estágio econômico. Os intangíveis agregam valor, aumentam a capacidade de competitividade e por isso precisam ser utilizados pelos gestores.

2.4 EVIDENCIAÇÃO CONTÁBIL

2.4.1 O papel da contabilidade

De acordo com Filho (2000), a função central da Contabilidade é identificar, mensurar e comunicar informações para facilitar a tomada de decisões econômicas. O autor acrescenta que a Contabilidade consegue cumprir os seus objetivos quando fornece um conjunto básico de informações para usuários diversificados.

O Conselho Federal de Contabilidade (1994 apud OLIVEIRA; PONTE, 2004, p. 8) relata o objetivo da contabilidade como sendo:

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

Para Iudícibus (1997, apud OLIVEIRA; PONTE, 2004) o cumprimento da missão da Contabilidade tornou-se mais difícil de ser alcançado, já que cada usuário deseja um conjunto específico de informações que possam suprir seu modelo decisório.

Conforme Martins (1992 *apud* FILHO, 2000) haverá uma maior aproximação da Contabilidade com os seus usuários quando for identificado o tipo de evidenciação contábil que eles efetivamente desejam.

2.4.2 Evidenciação Contábil

O termo evidenciação se identifica com os próprios objetivos da Contabilidade, é o meio pelo qual a contabilidade deve cumprir a sua missão, isto é, comunicar aos seus usuários informações relevantes para orientar decisões, conforme Filho (2000).

Segundo Most (1977 *apud* FILHO, 2000), as fronteiras da evidenciação se estendem além das demonstrações contábeis, que, na visão tradicional, estão associadas à idéia de relatórios financeiros voltados para dar suporte às decisões dos usuários externos. Mas os limites da evidenciação devem ser determinados em função dos interesses dos usuários, considerando os conceitos de materialidade e relevância.

Para Filho (2000), no Brasil, considera-se que o nível de evidenciação vem evoluindo gradativamente, sobretudo no campo das companhias abertas, em função de contribuições da CVM – Comissão de Valores Mobiliários, que tem empreendido esforços para melhorar o poder informativo das demonstrações contábeis. Entretanto, por questão cultural ou influências das legislações tributária e societária, alguns profissionais aderem de forma extremada ao conteúdo das legislações, deixando de produzir informações contábeis com maior potencial de evidenciação.

Indo ao encontro do pensamento de Filho (2000), os autores Oliveira e Ponte (2004) ressaltam que para garantir a qualidade das informações disponibilizadas pelas empresas brasileiras, os órgãos de regulamentação têm empreendido esforços no sentido de definir as informações que devem ser apresentadas nas demonstrações contábeis. Entretanto, nem todas

as orientações têm caráter de obrigatoriedade, tornando-se mais uma questão de ética e responsabilidade corporativa.

Em relação às formas de evidenciação, os autores pesquisados ressaltam:

as formas de evidenciação podem variar, desde que se preserve a missão de comunicar informações de maneira clara e ordenada e responsável. Dentre os instrumentos mais utilizados na divulgação, destacam-se os demonstrativos contábeis propriamente ditos, as notas explicativas, quadros suplementares, o parecer dos auditores independentes e os relatórios da administração. (FILHO, 2000, p. 41).

Da mesma forma, Iudícibus (1997) e Hendriksen e Breda (1991 apud OLIVEIRA & PONTE, 2004) apresentam os seguintes métodos de evidenciação: forma e apresentação das demonstrações contábeis; informações entre parênteses; notas explicativas; quadros e demonstrações suplementares; parecer de auditoria e relatório da diretoria.

Assim, há três questões fundamentais ligadas à evidenciação: os destinatários da informação, o conteúdo adequado e as formas de evidenciar.

2.4.3 Relatórios da Administração (RAs)

Para Filho (2000), os RAs são uma forma de evidenciação das informações contábeis aos usuários acerca da realidade que as empresas buscam transmitir.

Mais algumas definições são apresentadas:

o Relatório da Administração é o instrumento pelo qual os gestores da empresa comunicam-se com o público externo. Por sua natureza eminentemente analítica, permite que a empresa utilize uma linguagem menos técnica, com o objetivo de atingir maior número de usuários. (OLIVEIRA; PONTE, 2004, p. 10).

a CVM entende que o Relatório da Administração é um elemento poderoso de comunicação entre a companhia, os acionistas e a comunidade em que está inserida, devendo ser redigido com simplicidade de linguagem, para ser acessível ao maior número de pessoas e empresas. (OLIVEIRA; PONTE, 2004, p. 11).

para Iudícibus (1997, p. 114), o Relatório da Diretoria compreende informações de caráter não financeiro que afetam a operação da empresa: expectativas com relação ao futuro, planos de crescimento da companhia e valor de gastos efetuados ou a efetuar no orçamento

de capital ou em pesquisa e desenvolvimento. (OLIVEIRA; PONTE, 2004, p. 11).

Oliveira e Ponte (2004) apontam que a Lei das Sociedades por Ações definem um conjunto mínimo de informações que devem ser disponibilizadas pelas organizações de capital aberto. Nesse sentido, a Contabilidade Financeira é responsável por fornecer as demonstrações contábeis tradicionais e informações suplementares através do Relatório da Administração e das Notas Explicativas.

Ocorre que as informações divulgadas nas demonstrações tradicionais parecem não atender às necessidades dos usuários em sua totalidade. Por essa razão, a evidenciação de informações adicionais por meio das Notas Explicativas ou do Relatório da Administração.

3 ESTUDO DE CASO

Verificada a importância dos bens intangíveis/capital intelectual por diversos autores de livros e artigos científicos, será visto na prática se esses bens compõem o patrimônio das entidades, utilizando-se por amostragem as 25 empresas de capital aberto, com maior Capital Social, com data base de 31/12/2004, para análise dos anos de 2005 e 2006.

Para a identificação das empresas na Tabela de Classificação proposta por Sveiby, para cada entidade será atribuído um número correspondente, como se observa a seguir, no Quadro 8.

Nome	Número correspondente	Nome	Número correspondente
PETROBRÁS	1	COPEL	14
ELETROBRÁS	2	BRASIL TELECOM	15
BANCO DO BRAIL	3	SABESP	16
BANCO ITAÚ	4	BRASKEM	17
BANCO BRADESCO	5	LIGTH ENERGIA	18
VALE DO RIO DOCE	6	EMBRAER	19
TELEMAR	7	SIDERURGICA DE TUBARÃO	20
TELESP CELULAR	8	NET	21
GERDAU S.A	9	CESP	22
UNIBANCO	10	BANESPA	23
AMBEV	11	VOTORANTIM	24
CPFL ENERGIA	12	TRACTEBEL	25
PÃO DE AÇÚCAR	13		

Quadro 8 - Empresas da amostra numeradas

Fonte: Elaboração própria

3.1 FREQUÊNCIA DA EVIDENCIAÇÃO E CATEGORIA MAIS REPRESENTATIVA

Os elementos de CI propostos por Sveiby (1997 *apud* CARVALHO; ENSSLIN, 2006, p. 5) (Tabela 1) foram examinados nos RAs das empresas da amostra (Quadro 1), por meio da metodologia de Guthrie *et al.* (1999 *apud* CARVALHO; ENSSLIN, 2006, p. 4). O Quadro 9 exibe as frequências encontradas na análise do conteúdo dos relatórios de administração das

25 empresas da amostra, referente ao exercício de 2005. Por sua vez, o Quadro 10 refere-se ao exercício de 2006.

	Empresas																									Total	%	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25			
Capital Intelectual																												
1 Capital Interno																												
1.1 Propriedade Intelectual																												
1.1.1 Patentes	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	12%
1.1.2 Direitos Autorais	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	4%
1.1.3 Marcas registradas	1	0	0	0	1	0	0	1	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	6	24%
1.2 Recursos de infra-estrutura																												
1.2.1 Filosofia gerencial	1	1	1	0	1	0	0	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	17	68%	
1.2.2 Cultura corporativa	1	0	0	0	1	0	0	1	0	1	1	0	0	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	9	36%	
1.2.3 Processos gerenciais	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	22	88%	
1.2.4 Sistemas de informações	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1	19	76%	
1.2.5 Sistemas de relacionamentos	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	7	28%	
1.2.6 Relações financeiras	1	0	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	13	52%	
2 Capital Externo																												
2.1 Marcas	1	1	0	1	1	0	0	1	0	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	10	40%	
2.2 Clientes	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	22	88%	
2.3 Fidelidade de clientes	1	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	8	32%	
2.4 Nome da companhia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	22	88%
2.5 Canal de distribuição	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1	18	72%	
2.6 Colaboração dos negócios	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	22	88%	
2.7 Acordo licenciado	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	3	12%	
2.8 Contrato favorável	1	1	1	0	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	1	0	0	1	13	52%	
2.9 Acordo de franchising	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	4%	
3 Competência dos funcionários																												
3.1 Know-how	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	6	24%	
3.2 Educação	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	20	80%	
3.3 Qualificação vocacional	1	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	1	1	0	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	9	36%	
3.4 Conhecimento relacionado ao trabalho	1	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	8	32%	
3.5 Competências relacionadas ao trabalho	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	0	1	8	32%	
3.6 Espírito empreendedor	1	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	8	32%	
TOTAL	23	11	10	6	17	6	7	14	11	12	7	11	14	14	21	13	15	2	0	14	8	12	10	6	11	11	44%	

Quadro 9 - Frequência de divulgação de cada elemento e seu percentual de ocorrência – 2005

Fonte: Elaboração própria

	Empresas																									Total	%	
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25			
Capital Intelectual																												
1 Capital Interno																												
1.1 Propriedade Intelectual																												
1.1.1 Patentes	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	3	12%	
1.1.2 Direitos Autorais	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%	
1.1.3 Marcas registradas	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	5	20%	
1.2 Recursos de infra-estrutura																												
1.2.1 Filosofia gerencial	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	21	84%	
1.2.2 Cultura corporativa	1	0	1	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	11	44%	
1.2.3 Processos gerenciais	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	24	96%	
1.2.4 Sistemas de informações	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	21	84%	
1.2.5 Sistemas de relacionamentos	1	1	1	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	10	40%	
1.2.6 Relações financeiras	1	1	1	0	1	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	0	1	15	60%	
2 Capital Externo																												
2.1 Marcas	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	11	44%	
2.2 Clientes	1	0	1	0	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	21	84%	
2.3 Fidelidade de clientes	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	5	20%	
2.4 Nome da companhia	1	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	19	76%	
2.5 Canal de distribuição	1	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	20	80%	
2.6 Colaboração dos negócios	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	19	76%	
2.7 Acordo licenciado	1	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	6	24%	
2.8 Contrato favorável	1	0	0	1	1	0	0	1	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	1	0	0	1	1	0	0	10	40%	
2.9 Acordo de franchising	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	3	12%	
3 Competência dos funcionários																												
3.1 Know-how	1	0	0	0	0	0	1	0	1	0	1	0	0	0	1	0	1	1	1	0	0	0	0	0	0	8	32%	
3.2 Educação	1	1	1	1	1	0	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	21	84%	
3.3 Qualificação vocacional	1	1	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	1	1	0	1	0	1	1	0	0	0	0	1	12	48%	
3.4 Conhecimento relacionado ao trabalho	1	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	10	40%	
3.5 Competências relacionadas ao trabalho	1	0	1	0	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	12	48%	
3.6 Espírito empreendedor	1	0	0	0	1	0	0	1	1	1	0	0	0	0	1	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0	1	12	48%
TOTAL	23	11	14	5	17	5	5	14	15	8	11	11	4	13	21	15	16	15	16	15	10	9	10	6	10	12	48%	

Quadro 10 - Frequência de divulgação de cada elemento e seu percentual de ocorrência – 2006

Fonte: Elaboração própria

Nas tabelas anteriores ficou evidente como há uma carência muito acentuada na atribuição de valores numéricos, monetários ou na própria contabilização do capital intelectual, visto que somente utilizou-se os códigos 0 e 1 (metodologia de Guthrie *et. al.* (1999 *apud* CARVALHO; ENSSLIN, 2006, p. 4), assim nenhuma empresa apresentou valores numéricos ou monetários em seus relatórios de 2005 e 2006.

Como pode ser visto no Quadro 9, apenas uma empresa não evidenciou nenhum elemento intangível em seu Relatório de Administração – a Embraer (empresa 19). Pela leitura do demonstrativo, observa-se que a não evidenciação ocorreu pelo fato da companhia ter passado no ano de 2005 por uma reestruturação societária. Já em 2006, a evidenciação ocorreu normalmente.

Na análise vertical, onde verificou-se quais elementos cada entidade evidenciou, pode-se destacar as empresas Pão de Açúcar (empresa 13) e a Ligth Energia (empresa 18). Na primeira houve uma redução relevante na evidenciação, entre os anos de 2005 e 2006, correspondendo a 71,43%. Na segunda, ao contrário, houve um significativo aumento na evidenciação, correspondente a 86,67%.

Em relação aos 24 elementos pesquisados, nenhum atingiu 100% de evidenciação nas 25 empresas, para os dois anos analisados. Ressalta-se também que o intangível Direitos Autorais não foi citado em nenhuma empresa analisada no ano de 2006. Em 2005, conforme mostra o Quadro 9, oitenta e oito por cento (88%) das empresas divulgaram informações sobre os Processos Gerenciais, os Clientes, o Nome da Companhia e a Colaboração nos Negócios; 80% revelaram ter Educação para os funcionários e 76% relataram possuir Sistemas de Informações. Dentre os 24 (vinte e quatro) elementos, Direitos Autorais e Acordo de Franchising apresentaram os menores índices de frequência de divulgação.

Em 2006, de acordo com o Quadro 10, noventa e seis por cento (96%) das empresas divulgaram informações sobre os Processos Gerenciais; 84% relataram possuir Filosofia

Gerencial, Sistemas de informações, Clientes e Educação; 80% revelaram informações sobre seu Canal de Distribuição e 76% discorreram sobre o Nome da Companhia e Colaboração nos Negócios. Dentre os 24 (vinte e quatro) elementos, Direitos Autorais não foi evidenciado em nenhuma companhia e os elementos Patentes e Acordo de Franchising apresentaram os menores índices de frequência de divulgação.

Será apresentado a seguir, nos Gráficos 1 e 2, relativos aos anos de 2005 e 2006, respectivamente, as três categorias de Capital Intelectual com seus percentuais de evidenciação, através do somatório dos percentuais de cada grupo, dividindo esse valor pelo total dos percentuais dos três grupos.

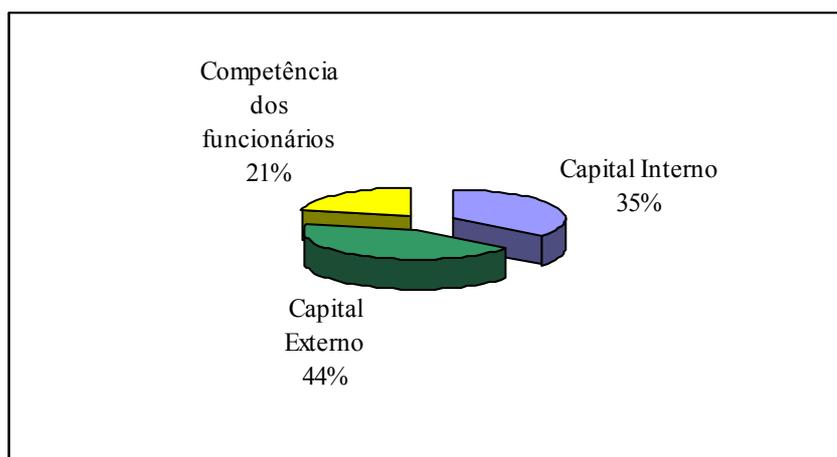


Gráfico 1 – Percentual de evidenciação das três categorias de CI – 2005

Fonte: Elaboração própria

Conforme mostra o Gráfico 1, no ano de 2005, o percentual de 44% (quarenta e quatro por cento) do CI pertence à categoria Capital Externo, composta da seguinte forma: Marcas (8%), Clientes (18%), Fidelidade de Clientes (7%), Nome da Companhia (18%), Canal de Distribuição (15%), Colaboração dos Negócios (18%), Acordo Licenciado (3%), Contrato Favorável (11%) e Acordo de franchising (1%). O percentual de 35% (trinta e cinco por cento) está relacionado ao Capital Interno, enquanto a Competência dos Funcionários corresponde ao percentual de 21% (vinte e um por cento).

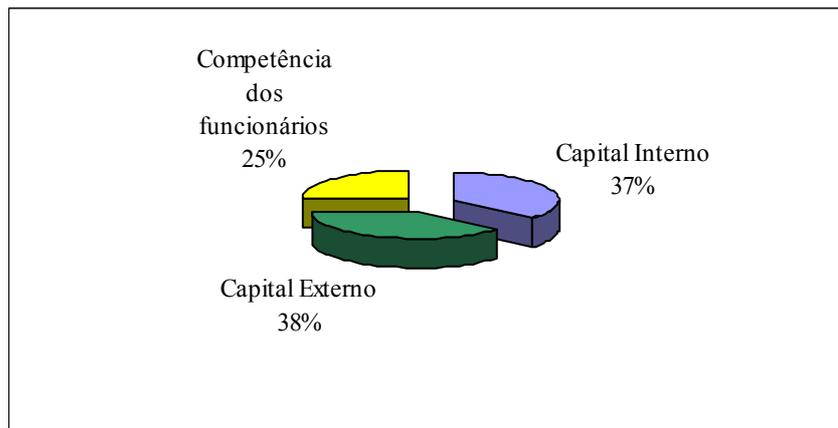


Gráfico 2 – Percentual de evidenciação das três categorias de CI – 2006

Fonte: Elaboração própria

O Gráfico 2 indica que o percentual de 38% (trinta e oito por cento) do CI pertence à categoria Capital Externo, composta da seguinte forma: Marcas (10%), Clientes (18%), Fidelidade de Clientes (4%), Nome da Companhia (17%), Canal de Distribuição (18%), Colaboração dos Negócios (17%), Acordo Licenciado (5%), Contrato Favorável (9%) e Acordo de Franchising (3%). O percentual de 37% (trinta e sete por cento) está relacionado ao Capital Interno; e a Competência dos Funcionários corresponde ao percentual de 25% (vinte e cinco por cento).

A princípio, considerando cada categoria diferente uma da outra, tem-se uma maior representatividade na categoria Capital Externo, para 2005 e 2006. Mas considerando que a categoria Competência dos Funcionários faz parte do Capital Interno das entidades, tem-se em 2005 uma representatividade de 56% contra 44% do Capital Externo. E em 2006 a categoria interna sobe sua evidenciação para 59% contra 38% do Capital Externo.

Nesta seção foram apresentadas as frequências com que os elementos são evidenciados e as categorias mais representadas nos relatórios administrativos das companhias, para os dois anos analisados. Na próxima seção, apresentar-se-á a natureza da evidenciação, com amostras extraídas dos relatórios, que mostram a forma de identificação dos elementos verificados.

3.2 NATUREZA DA EVIDENCIAÇÃO DO CI

Todas as companhias analisadas utilizaram a forma narrativa para relatar o Capital Intelectual. Para ilustrar essa constatação, serão reproduzidos, a seguir, exemplos de divulgação de cada elemento de CI, extraídos dos relatórios de administração da amostra investigada. O objetivo é ilustrar a natureza das divulgações do CI e a análise das informações com a conseqüente associação dessas ao respectivo elemento com o qual estavam correlacionadas. Para facilitar o processo de identificação, as indicações são salientadas em **negrito**.

Capital Interno:

Patentes:

A PETROBRAS é a **empresa que mais deposita patentes** no País e a companhia brasileira com mais patentes depositadas nos Estados Unidos. Em 2005, no Brasil, foram concedidas 10 patentes e depositadas 80 solicitações. No exterior, foram depositados 49 pedidos e obtidas 58 patentes. (PETROBRÁS, Relatório da Administração de 2005, p. 71).

Direitos Autorais:

Os registros de marcas requeridos no País foram 9, enquanto 141 foram pedidos em outros 29 países. No exterior, a companhia teve 89 registros de marcas concedidos, além de 7 registros de programas de computador e **3 de direito autoral**. (PETROBRÁS, Relatório da Administração de 2005, p. 71).

Marcas registradas:

As principais marcas da AmBev incluem **Skol** (a terceira cerveja mais consumida no mundo), **Brahma, Antarctica, Bohemia, Original, Quilmes, Labatt Blue, Brahma e Guaraná Antarctica**. (AMBEV, Relatório da Administração de 2005, p. 03).

Filosofia Gerencial:

A **tradição do Bradesco no campo da ética e transparência** tem norteado a Administração na busca insistente pelas melhores práticas de Governança Corporativa. O esforço para se construir esta imagem de segurança, confiabilidade e dinamismo tem seu êxito espelhado nos números que se seguem: R\$ 386,586 bilhões de recursos captados e administrados, 16,846 milhões de contas correntes, 57,942 milhões de cartões de crédito, débito e private label e 18,273 milhões de segurados e participantes de seus planos. (BRADESCO, Relatório da Administração de 2006, p. 2).

Cultura Corporativa:

O foco da Companhia vem se consolidando na implantação de forte sistema de gestão empresarial para a sustentabilidade, que seja devidamente incorporado na **cultura da Companhia** e passe a fazer parte de suas atividades cotidianas. (COPEL, Relatório da Administração de 2006, p. 04).

Processos Gerenciais:

Desenvolvem programas contínuos de **melhoria na gestão operacional, na organização da logística** de serviços de atendimento a emergências, na realização permanente de inspeções e manutenções preventivas das subestações e das redes e linhas de distribuição. (CPFL Energia, Relatório da Administração de 2006, p.9).

Sistemas de Informações:

A Empresa conta com uma **infra-estrutura** de rede modelo em eficiência operacional que, utilizando **recursos tecnológicos de última geração**, garante flexibilidade e qualidade na oferta dos serviços. (BRASIL TELECOM, Relatório da Administração de 2006, p.5).

Sistemas de Relacionamentos:

A **comunicação interna** merece no Bradesco ênfase especial por ser elo de todo o processo de fortalecimento da **cultura de comunicação**. Faz circular, com objetividade e consistência, posicionamentos estratégicos, informações, conceitos e, sobretudo, valores e os avanços da estrutura organizacional. Nesse contexto, a **TV Bradesco destaca-se, em todos os níveis, no trabalho de formar, integrar e motivar o quadro de funcionários, além das publicações “Interação”, enviada de maneira personalizada a cada funcionário**, e “Sempre em Dia” - Jornal diário, também disponíveis eletronicamente por meio da Intranet – Serviços Internos do Banco. (BRADESCO, Relatório da Administração de 2006, p. 30).

Relações Financeiras:

As despesas gerenciáveis mantiveram-se estáveis como percentuais da receita líquida, embora as despesas com pessoal tenham aumentado 20,0% devido à **provisão da participação dos empregados nos lucros e resultados (PLR), e ao aumento salarial** concedido em maio de 2006. (LIGTH, Relatório da Administração de 2006, p.30).

Capital Externo:

Marcas:

A política de patrocínio da Eletrobrás em 2006 manteve seu tradicional investimento em projetos culturais, colocando em prática a estratégia de divulgar essas atividades a fim de **sedimentar a percepção da marca da empresa junto ao público**. (ELETROBRÁS, Relatório da Administração de 2006, p.44).

Clientes:

Fará visitas regulares para **estreitar o relacionamento com os clientes de maior porte** e introduzirá novas tecnologias para que seus processos fiquem mais ágeis, eficazes e menos custosos. (LIGTH, Relatório da Administração de 2006, p.17).

Fidelidade de Clientes:

Tal estratégia tem como objetivo principal criar maior vínculo entre o **cliente** e o seu provedor de serviços e, conseqüentemente maior **fidelidade**. (BRASIL TELECOM, Relatório da Administração de 2006, p.10).

Nome da Companhia:

O Banco do Brasil manteve-se na posição de maior banco do País, com 24,4 milhões de clientes – 22,8 milhões de pessoas físicas e 1,5 milhão de pessoas jurídicas. Além disso, contava com mais de 8,9 milhões de clientes não correntistas – 6,4 milhões de clientes poupadores e 2,5 milhões de beneficiários do INSS. (BANCO DO BRASIL, Relatório da Administração de 2006, p. 10).

Canal de Distribuição:

As distribuidoras CPFL Paulista, CPFL Piratininga e RGE atuam nas áreas mais desenvolvidas do **interior dos Estados de São Paulo e do Rio Grande do Sul**, com taxas históricas de crescimento de mercado superiores à média nacional. (CPFL, Relatório da Administração de 2005, p. 17).

Colaboração dos Negócios:

O ano de 2006 também foi marcado pelo ingresso do Grupo Telefónica no mercado de TV, através de **parcerias para oferta de pacotes de canais** via DTH (direct-to-home) e da parceria estratégica com a TVA. Essas parcerias pretendem viabilizar as ofertas triple-play, atendendo as novas demandas por um serviço mais completo e integrado, satisfazendo cada vez mais uma parcela importante dos nossos clientes. (TELESP, Relatório da Administração de 2006, p.10).

Acordo Licenciado:

Em 28 de abril de 2005, ainda sob a gestão da então Presidente Carla Cico e do Opportunity, a Brasil Telecom Participações S.A. e a Brasil Telecom S.A. **celebraram vários acordos** envolvendo os Grupos Opportunity e Telecom Itália (“Acordos de 28 de Abril”). Entre esses acordos, a Brasil Telecom S.A. e a sua subsidiária 14 Brasil Telecom Celular S.A. (“BTC”) celebraram com a TIM International N.V. (“TIMI”) e a TIM Brasil Serviços e Participações S.A. (“TIMB”) um instrumento intitulado “Acordo de Incorporação” e um “Protocolo” a ele relacionado. (BRASIL TELECOM, Relatório da Administração de 2005, p. 02).

Contrato Favorável:

Como resultado, foram concretizados **importantes negócios** com grandes operadoras norte-americanas. Essa iniciativa gerou também redução dos custos de formação de rede nos Estados Unidos. (BRASIL TELECOM, Relatório da Administração de 2006, p.7).

Acordo de Franchising:

Além disso, a AmBev é a maior engarrafadora da PepsiCo fora dos EUA. Através de um **acordo de "franchising"**, a Companhia vende e distribui os produtos Pepsi no Brasil e em outros países da América Latina, incluindo Pepsi, Lipton Ice Tea e o isotônico Gatorade. (AMBEV, Relatório da Administração de 2005, p. 03).

Competências dos funcionários:

Know-how:

O Santander Banespa aproveita o **know how** do Grupo Santander tanto no banco de varejo, como nos negócios regionais e globais, como no Banco de Atacado, Asset Management, cartões e seguros. (BANESPA, Relatório da Administração de 2005, p. 02).

Educação:

Durante o ano, cada empregado recebeu em média 100,7 horas de **treinamento**, abrangendo educação formal (MBA, pós-graduação e graduação), cursos técnicos, de idiomas e treinamentos comportamentais. (TRACTEBEL, Relatório da Administração de 2005, p. 19).

Qualificação Vocacional:

As distribuidoras da CPFL Energia vêm atuando com o objetivo de facilitar e melhorar a qualidade do atendimento aos clientes. Para isso, possui Call Centers próprios, que funcionam de forma ininterrupta, com tecnologia de ponta e **profissionais altamente qualificados** e preparados para oferecer as melhores soluções para as necessidades dos clientes. (CPFL, Relatório da Administração de 2005, p. 20).

Conhecimento Relacionado ao Trabalho:

Dentre as ações mais relevantes de 2005, está o Jeito CBD de Liderar, programa de 96 horas construído com o objetivo de **desenvolver os líderes** em Gestão de Negócios e de Pessoas, fortalecer os resultados coletivos e **preparar lideranças** para a expansão da Companhia. (PÃO DE AÇÚCAR, Relatório da Administração de 2005, p. 14).

Competências Relacionadas ao Trabalho:

Em 2005, a Brasil Telecom implantou o Sistema Integrado de Gestão de Pessoas com o objetivo de integrar as ações de Recursos Humanos por meio do conceito de competências. **As competências comuns a todos os colaboradores da Brasil Telecom são:** orientação para o negócio com foco em resultados, orientação para clientes, comunicação, trabalho em equipe, negociação, visão integrada sistêmica, gestão do conhecimento e inovação e orientação para mudanças. (BRASIL TELECOM, Relatório da Administração de 2005, p. 40).

Espírito Empreendedor:

O Santander Banespa possui programas internos que oferecem **oportunidades de crescimento profissional**, programas específicos para estagiário e Escolas de Formação que promovem educação continuada, com foco específico nas necessidades de formação voltadas para o negócio. (SANTANDER BANESPA, Relatório da Administração de 2006, p.5).

Nesta seção procedeu-se à apresentação da forma com que a autora fez a leitura dos relatórios administrativos, através de exemplos extraídos dos RAs investigados. A seguir será apresentada a análise comparativa com os dados do ano de 2004, obtidos da pesquisa de

Carvalho (2006), e com os dados de 2006, obtidos neste estudo, a fim de constatar se há evolução ou não da evidenciação dos elementos intangíveis nos relatórios administrativos.

3.3 EVOLUÇÃO DA EVIDENCIAÇÃO VOLUNTÁRIA DO CAPITAL INTELECTUAL NAS EMPRESAS DA AMOSTRA

A evolução da evidenciação voluntária dos elementos de CI nas empresas da amostra foi examinada e apresentada na Tabela 3, abaixo.

	2004	%	2006	%	P = progresso M = manutenção R = redução
Capital Intelectual					
1 Capital Interno					
1.1 Propriedade Intelectual					
1.1.1 Patentes	2	8%	3	12%	P
1.1.2 Direitos Autorais	0	0%	0	0%	M
1.1.3 Marcas registradas	11	44%	5	20%	R
1.2 Recursos de infra-estrutura					
1.2.1 Filosofia gerencial	14	56%	21	84%	P
1.2.2 Cultura corporativa	15	60%	11	44%	R
1.2.3 Processos gerenciais	13	52%	24	96%	P
1.2.4 Sistemas de informações	21	84%	21	84%	M
1.2.5 Sistemas de relacionamentos	23	92%	10	40%	R
1.2.6 Relações financeiras	19	76%	15	60%	R
2 Capital Externo					
2.1 Marcas	25	100%	11	44%	R
2.2 Clientes	25	100%	21	84%	R
2.3 Fidelidade de clientes	13	52%	5	20%	R
2.4 Nome da companhia	16	64%	19	76%	P
2.5 Canal de distribuição	21	84%	20	80%	R
2.6 Colaboração dos negócios	22	88%	19	76%	R
2.7 Acordo licenciado	13	52%	6	24%	R
2.8 Contrato favorável	20	80%	10	40%	R
2.9 Acordo de franchising	1	4%	3	12%	P
3 Competência dos funcionários					
3.1 Know-how	13	52%	8	32%	R
3.2 Educação	18	72%	21	84%	P
3.3 Qualificação vocacional	14	56%	12	48%	R
3.4 Conhecimento relacionado ao trabalho	17	68%	10	40%	R
3.5 Competências relacionadas ao trabalho	17	68%	12	48%	R
3.6 Espírito empreendedor	13	52%	12	48%	R

Tabela 3 – Frequência de divulgação de cada elemento, seu percentual e evolução
Fonte: Carvalho (2006)

De acordo com a última coluna, vemos que dentre os 24 (vinte e quatro) elementos intangíveis analisados, 16 (dezesesseis) indicam a redução da evidenciação, 6 (seis) demonstram progresso e em apenas 2 (dois) houve manutenção dos relatos. Podemos melhor visualizar essa relação no gráfico abaixo.

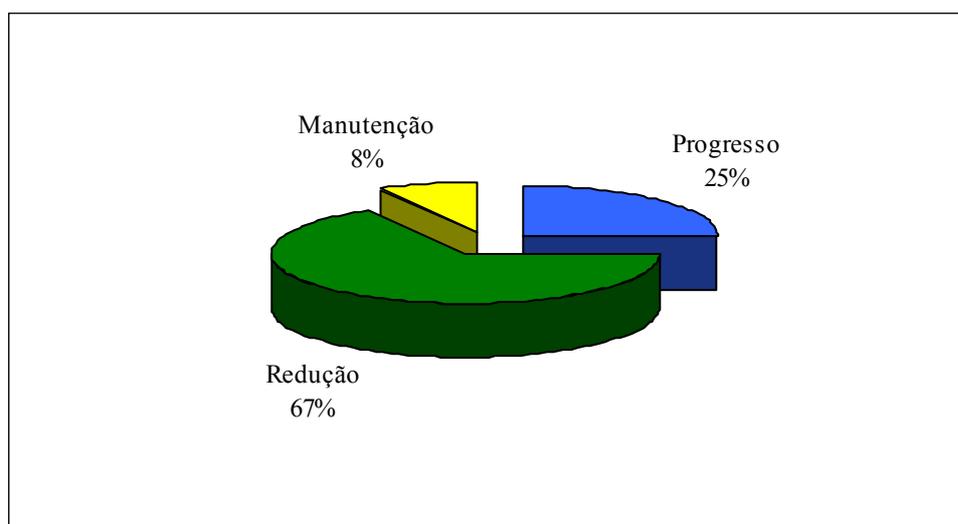


Gráfico 3 – Percentual da não evolução da evidenciação dos elementos do capital intelectual

Fonte: Elaboração própria

Assim, de acordo com esta última análise verifica-se que não houve evolução na evidenciação dos elementos do capital intelectual de 2004 para 2006, inclusive a redução foi bastante significativa. Talvez se possa atribuir essa não evolução na maioria dos elementos pelo curto espaço de tempo entre os períodos analisados.

4 CONCLUSÕES

Neste capítulo têm-se as conclusões, que estão divididas em Considerações Finais e o Atendimento dos Objetivos Específicos Propostos.

4.1 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Os elementos de capital intelectual são, sem dúvida, componentes essenciais e agregadores nas entidades. Auxiliam a maximização dos resultados, valorizam e tornam as empresas mais competitivas. O problema para a contabilidade gerencial é identificar e avaliar esses elementos, visto que têm como característica principal o fato de não ser visível ou palpável.

Dentre diversos autores de artigos científicos, pode-se constatar a importância do capital intelectual à atual sociedade voltada ao conhecimento. Algumas palavras-chave utilizadas pelos autores, em relação aos ativos intangíveis, podem ser destacadas, tais como: fator estratégico, agregam valor, empresas competitivas, acréscimo de valor nas negociações, potencialidade e conhecimento.

O objetivo geral consistia em investigar a evidenciação do Capital Intelectual, por empresas brasileiras, nos relatórios de administração relativos aos anos de 2005 e 2006. Tal objetivo foi atingido com o caminho realizado pelos objetivos específicos.

4.2 ATENDIMENTO DOS OBJETIVOS ESPECÍFICOS PROPOSTOS

A partir do objetivo geral, foram determinados alguns objetivos específicos, como forma de traçar o caminho do estudo até a obtenção de seus resultados, de forma a manter a coerência na análise realizada.

Para isso, demonstram-se os objetivos específicos e seus resultados alcançados ao longo do trabalho, apresentados no Quadro 11.

Objetivos Específicos	Resultados
Conceituar, caracterizar e verificar a importância dos ativos intangíveis/capital intelectual	Esse procedimento foi importante para este estudo quanto a sua fundamentação teórica e como ponto de partida para a análise dos Relatórios de Administração das entidades da amostra. Os resultados obtidos foram possíveis por causa desses informativos, ao longo de todo o estudo de caso.
Verificar a existência de elementos intangíveis/capital intelectual nos relatórios administrativos das 25 maiores empresas de capital aberto, listadas na BOVESPA em 31/12/2004	Foram utilizadas, para esse fim, a classificação de Sveiby e a metodologia de Guthrie <i>et. al.</i> A identificação dos intangíveis nos relatórios foi valiosa, pois demonstra a sua relevância para as entidades, sendo que alguns são relatados de forma a engrandecer a empresa, como mostram os exemplos extraídos dos demonstrativos.
Analisar, dentre as empresas participantes, os intangíveis mais representativos	A categoria Capital Interno foi identificada como a mais representativa em 2005 e 2006, enquanto Processos Gerenciais foi o elemento mais evidenciado nos dois períodos.
Verificar a manutenção da evolução da evidenciação voluntária do Capital Intelectual nas empresas constantes da amostra	A partir do trabalho de Carvalho; Ensslin (2006), foi realizada uma comparação dos resultados de 2004, com os encontrados em 2006. Relatou-se para cada elemento se houve redução, manutenção ou progresso da evidenciação. Para 67% dos elementos, identificou-se redução.

Quadro 11 - Objetivos específicos e resultados obtidos

Fonte: Elaboração própria

Concluindo, a pesquisa deixa clara a relevância dos elementos do capital intelectual no atual cenário em que se encontra a sociedade, onde a competitividade é extremamente acirrada e o diferencial da entidade pode agregar a ela maior valor e trazer, assim, melhores resultados. Nas grandes organizações, como as entidades da amostra, a narração desses bens intangíveis faz parte de seus relatórios administrativos, que são dedicados aos seus acionistas, empregados, fornecedores, clientes, governo, ou, resumidamente, a toda a sociedade.

Recomenda-se para futuras pesquisas: (i) ampliar o número de empresas investigadas, a fim de verificar o comportamento das demais empresas brasileiras listadas na BOVESPA; (ii) realizar novos estudos incluindo outras fontes de dado, além dos Relatórios da Administração, por exemplo, dados resultantes de aplicação de questionários e entrevistas; (iii) explorar uma outra metodologia para identificação dos elementos de CI, de tal forma a conseguir captar as especificidades de cada organização, por meio da investigação das percepções dos stakeholders de cada empresa, utilizando-se uma abordagem construtivista na elaboração de um modelo de CI; (iv) investigar todas as publicações de artigos científicos sobre a importância do capital intelectual a partir de 2001, realizando uma revisão literária na ciência contábil sobre o tema.

REFERÊNCIAS

- ANTUNES, Maria Thereza Pompa. **Capital Intelectual**. São Paulo: Atlas, 2000.
- ANTUNES, Maria Thereza Pompa; MARTINS, Eliseu. Capital Intelectual: Verdades e Mitos. **Revista Contabilidade & Finanças**, São Paulo, n. 29, p. 41 – 54, maio/agosto, 2002.
- ANTUNES, Maria Thereza Pompa. A controladoria e o capital intelectual: um estudo empírico sobre sua gestão. **Revista Contabilidade & Finanças**, São Paulo, n. 41, p. 21 – 37, maio/agosto, 2006.
- BEUREN, Ilse Maria; LONGARAY, André Andrade. Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática. São Paulo: Atlas, 2003.
- BEUREN, Ilse Maria; OLIVEIRA, Joel Marques. O tratamento contábil do capital intelectual em empresas com valor de mercado superior ao valor contábil. **Revista Contabilidade & Finanças**, São Paulo, n.32, p. 81 – 98, maio/agosto, 2003.
- BLAZZI, Juceli et al. Avaliação de intangíveis: o *goodwill* no contexto das práticas internacionais comparativas. **Revista Gestão Organizacional**. Vol. 1, n.1, p. 20 – 31, jan./jun., 2004.
- BORNIA, Antonio Cezar; WERNKE, Rodney. Estudo de caso aplicando modelo para identificação de potenciais geradores de intangíveis. **Revista Contabilidade & Finanças**, São Paulo, n. 33, p. 45 – 64, set./dez., 2003. Disponível em: < <http://www.eac.fea.usp.br>>. Acesso em: 02 fev. 2007.
- BOVESPA. **Bolsa de Valores do Brasil**. Disponível em: < <http://www.bovespa.com.br>>. Acesso em 17 mar. 2006.
- CARVALHO, Fernando. Nitz de. **A evidenciação voluntária do capital intelectual: uma análise de conteúdo nos anos 2000, 2002 e 2004 dos relatórios de administração de companhias brasileira, com maior receita líquida, segundo à BOVESPA**. Florianópolis. Dissertação (Mestrado em Contabilidade) – Curso de Pós-Graduação em Contabilidade, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006.
- CARVALHO, Fernando. Nitz de; ENSSLIN, Sandra. Rolim.. Evidenciação voluntária do capital intelectual no contexto brasileiro: cotejamento com os contextos internacional e australiano. 30º Encontro ANPAD. Salvador. 2006.
- EDVINSSON, Leif; MALONE, Michael. **Capital Intelectual**: Descobrir o valor real de sua empresa pela identificação de seus valores internos. São Paulo: Makron Books, 1998.
- FAMÁ, Rubens; PEREZ, Marcelo Monteiro. Ativos intangíveis e o desempenho empresarial. **Revista Contabilidade & Finanças**, São Paulo, n. 40, p. 7 – 24, jan./abril, 2006. Disponível em: < <http://www.eac.fea.usp.br>>. Acesso em: 02 fev. 2007.
- FILHO, José Maria Dias. 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.

FREY, Irineu Afonso; FREY, Márcia Rosane. A mensuração do ativo intangível Responsabilidade Social Empresarial. **Revista Brasileira de Contabilidade**, São Paulo, n. 138, p. 45 – 55, nov./dez., 2002.

GUTHRIE, J., PETTY, R. Intellectual capital literature review: measurement, reporting and management. **Journal of Intellectual Capital**. Bradford. v.1. n.2. p. 155-176. 2000.

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

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

KAUFMANN, L.; SCHNEIDER, Y. Intangibles: a synthesis of current research. *Journal of Intellectual Capital*. Bradford. v.5. n.3. p.366-388. 2004.

LEV, B. Intangibles: management, measurement and reporting. Brookings Institution Press, 2001.

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

LUCENA, Wenner Glaucio Lopes. Capital intelectual: O novo desafio para mensurar a empresa. Julho, 2006. Disponível em: < <http://classecontabil.com.br>>. Acesso em: 21 maio 2007.

MACHADO, Nilson Perinazzo; SANTOS, José Luiz dos; SCHMIDT, Paulo. **Fundamentos da Teoria da Contabilidade**. São Paulo: Atlas, v.6, 2005.

OLIVEIRA, Alex-Sandro Macedo. Informações – A busca da evidenciação ideal. . **Caderno de Estudos**, São Paulo, FIECAFI, v. 10, n. 19, p. 16 - 22, set./dez., 1998.

PAIVA, Simone Bastos. A informação contábil e o processo de gestão nas micro e pequenas empresas. Agosto, 2006. Disponível em: < <http://classecontabil.com.br>>. Acesso em: 27 jun. 2007.

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.

RICHARDSON, Roberto Jarry. *Pesquisa Social: Métodos e Técnicas*. 3º ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SÁ, Antônio Lopes de. Ativo intangível e potencialidades dos capitais. **Revista de contabilidade**. São Paulo: nº 13, pág 39 – 47, set., 2000.

SANTOS, José Luiz dos; SCHMIDT, Paulo. **Avaliação dos ativos intangíveis**. São Paulo: Atlas, 2002.

SCHNORRENBERGER, Darci.. **Identificando, Avaliando e Gerenciando os Recursos Organizacionais Tangíveis e Intangíveis por meio de uma Metodologia Construtivista**

(MCDA): Uma Ilustração na Área Econômico-Financeira. Florianópolis. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Curso de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2005.

WERNKE, Rodney. Mensuração de custos intangíveis. **Revista de Contabilidade**, São Paulo, n. 16, p. 31 – 40, junho, 2001.