

EVIDENCIAÇÃO DE ELEMENTOS DO CAPITAL INTELECTUAL NOS RELATÓRIOS DA ADMINISTRAÇÃO DE COMPANHIAS BRASILEIRAS PERTENCENTES AO NÍVEL 2 DE GOVERNANÇA CORPORATIVA

BERNARDO BERTOLUCCI DE HOLANDA ARRUDA*
THAIZE GOUVEIA CABRAL**
ANEIDE OLIVEIRA ARAÚJO***

RESUMO

Considerando a necessidade dos investidores de informações que evidenciem o potencial de geração de benefícios futuros, em um ambiente de transformações tecnológicas e negociais, evidenciar elementos do capital intelectual pode se constituir um fator de atratividade de capitais para a empresa. Desse modo, este trabalho tem como objetivo identificar a existência dos elementos do capital intelectual nos Relatórios de Administração das companhias listadas no Nível 2 de governança corporativa, cuja evidenciação teve início no ano de 2000. Para tanto, foi realizada, inicialmente, uma pesquisa bibliográfica que embasou o processo de coleta de informações contidas nos Relatórios da Administração das empresas objeto de estudo, utilizando a técnica análise de conteúdo. Observou-se que estas empresas não só têm evidenciado elementos do capital intelectual, como também estão se esforçando para ampliá-los de forma quantitativa – não financeira e financeira. Ou seja, há uma preocupação dos gestores em transparecê-las cada vez mais ao mercado de capitais, propiciando vantagens e benefícios para as companhias que serão valorizadas e para os investidores que tomarão decisões mais acertadas no futuro.

PALAVRAS-CHAVE: Governança Corporativa; Transparência; Congressos.

ABSTRACT

EVIDENCING OF INTELLECTUAL CAPITAL ELEMENTS IN THE ANAGEMENT REPORTS OF BRAZILIAN CORPORATIONS BELONGING TO LEVEL 2 OF CORPORATE GOVERNANCE

Considering investor needs for information that evidences the potential to generate future benefits in an environment of technological and business transformations, evidencing intellectual capital elements can represent a factor that attracts capital for a given company. The objective of this work is to identify the existence of intellectual capital elements in the Management Reports of corporations listed as Level 2 of Corporate Governance, whose evidencing began in the year 2000. To that end, a bibliographic research was first undertaken, based on the process of collecting information contained in the Management Reports of the companies that were the objects of study, using the content analysis technique. It was observed that these businesses not only showed elements of intellectual capital, but are also making efforts to expand them quantitatively – non-financially and financially. In other words, there is concern by company directors in the sense of making these elements ever more evident to the capital market, bringing advantages and benefits to companies, which will be more valued, and for investors, who will be able to make more accurate decisions in the future.

KEYWORDS: Corporate Governance; Transparency; Congress

INTRODUÇÃO

A transição da Era Industrial para Era do Conhecimento, segundo Santos (2007), propiciou modificações céleres no cenário econômico mundial, tais como: a globalização que permitiu a abertura dos mercados; a tecnologia da informação que viabilizou a disseminação do conhecimento e a informatização que reduziu, consideravelmente, o trabalho manual. Essas mudanças, conforme Antunes (2000, p. 18), alteram “principalmente, a estrutura econômica das nações e, sobretudo, a forma de valorizar o ser humano, já que só este detém o conhecimento”.

São transformações que influenciaram o comportamento das empresas voltadas para o conhecimento. Em um cenário globalizado e tendencioso, elas percebem a necessidade de aplicar novas estratégias de negócios, como, por exemplo, evidenciar mais informações quantitativas do capital intelectual, visando uma maior confiabilidade dos investidores.

O marco da evidenciação voluntária do capital intelectual nos relatórios anuais, dentro de um contexto internacional, começou no ano de 2000. No entanto, apenas em 2001 as companhias brasileiras começaram a divulgá-lo em Relatórios da Administração, conforme Carvalho (2006). Desde então, têm sido evidenciados

* Graduação em Ciências Contábeis pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN.

** Graduação em Ciências Contábeis pela Universidade Federal do Rio Grande do Norte - UFRN..

*** Graduação em Ciências Econômicas pela Universidade Federal de Sergipe, Graduação em Ciências Contábeis pela Universidade Federal de Sergipe, Mestre em Administração de Empresas pela Fundação Getúlio Vargas - SP e Doutora em Ciências Contábeis pela Universidade de São Paulo. Professora da Universidade Federal do Rio Grande do Norte – UFRN.

espontaneamente elementos, conforme os dados divulgados por pesquisa da Bovespa em empresas do Nível 1 de Governança Corporativa no ano de 2006 – de acordo com Reina, Vicente e Rodrigues (2008). Este estudo constatou que, em uma amostra de trinta companhias brasileiras, apenas quatro delas não evidenciaram elementos do capital intelectual, ou seja, 87% apresentaram preocupação em divulgá-los, propiciando melhores decisões no gerenciamento interno e, conseqüentemente, dos investidores.

Apesar da relevância dada às informações quantitativas, não-financeiras ou financeiras, predominam as de cunho qualitativo, narrativo ou declarativo, por ainda não haver uma metodologia consolidada para mensuração do capital intelectual. Contudo, as empresas competitivas seguem tendências internacionais, ou seja, identificam e divulgam elementos deste componente patrimonial, bem como ampliam informações de natureza quantitativa.

Considerando-se que os investidores são os maiores interessados nestas informações e que a natureza quantitativa é pouco evidenciada, procurou-se identificar a existência dos elementos do capital intelectual nos Relatórios de Administração das companhias listadas no Nível 2 de governança corporativa, como forma de contribuir para o aperfeiçoamento de técnicas e modelos propostos e, simultaneamente, acompanhar as tendências observadas no cenário internacional.

Neste sentido, procurou-se: a) analisar os conceitos relacionados à identificação, mensuração e evidência do capital intelectual, com base na bibliografia pertinente; b) identificar seus elementos nos Relatórios da Administração das companhias brasileiras relacionadas no Nível 2, por meio da técnica análise de conteúdo e do modelo proposto por Sveiby, utilizando-se o modelo de Guthrie e Petty (2000a); c) identificar os elementos quantitativos divulgados, destacando a categoria mais representativa (capital interno, capital externo e competência dos funcionários) e d) comparar os resultados identificados com o cenário internacional.

1 REFERENCIAL TEÓRICO

1.1 Capital Intelectual

Segundo Stewart (1998, p. XIII) “o capital intelectual constitui a matéria intelectual – conhecimento, informação, propriedade intelectual, experiência – que pode ser utilizada para gerar riqueza”. Ou seja, é o recurso mais valioso de uma organização, se for bem utilizado pode trazer retornos futuros às organizações.

É definido como um conjunto de ativos intangíveis (parte incorpórea – marcas, patentes, direitos autorais e conhecimento) que agrega valor às organizações, conforme Antunes e Martins (2002), e resulta, segundo Brooking apud Antunes (2000), das mudanças nas áreas da tecnologia da informação, mídia e comunicação, que trazem benefícios para as organizações e capacitam seu funcionamento.

Apesar da sua existência anterior, o conceito de capital intelectual se popularizou nas últimas décadas, tornando-se um recurso importante para estratégia dos negócios, levando as empresas a investir mais no ativo intangível, por estarem agregando mais valor do que o ativo tangível (parte corpórea – veículos, móveis, máquinas, dinheiro etc.). Para Low e Kalafut apud Santos (2007) tornou-se o principal ativo da organização na nova economia, superando os recursos naturais, maquinário e, até mesmo, o próprio capital financeiro.

Segundo Edvinsson e Malone apud Antunes (2000) o capital intelectual da empresa pode ser comparado a uma árvore. Metaforicamente, a sua parte visível (tronco, galhos e folhas) é compreendida pelas demonstrações contábeis e demais documentos. Por outro lado, a parte invisível (oculta) é representada pelas raízes, dividida em dois grupos: capital humano – composto pelo conhecimento, experiência, poder de inovação, habilidade dos empregados mais os valores, a cultura e a filosofia da empresa e capital estrutural – composto pelos equipamentos de informática, “softwares”, banco de dados, patentes, marcas registradas, relacionamento com os clientes, ou seja, é toda capacidade organizacional que auxilia a produtividade dos empregados.

O capital humano é o conhecimento individual que não permanece na empresa quando o colaborador volta para sua casa, enquanto que o capital estrutural é tudo que permanece na empresa sempre que o colaborador deixa o ambiente de trabalho.

Segundo Brooking apud Antunes (2000) o capital intelectual é dividido em quatro grupos: ativos de mercado, tais como marcas e patentes; ativos humanos, ou todos os benefícios que os indivíduos podem gerar; ativos de propriedade intelectual e que precisam de proteção legal; e os ativos de infra-estrutura consubstanciados em tecnologias, métodos e processos.

Para Sveiby apud Oliveira e Beuren (2003) o capital intelectual é dividido em três grupos: estrutura interna, estrutura externa e competência do funcionário. A estrutura interna é peculiar à empresa, sendo construída pela ação das pessoas. Em outras palavras, é o fluxo de conhecimento da organização – as patentes, os conceitos, os modelos e os sistemas administrativos, a cultura, o espírito organizacional. A estrutura externa é definida no contexto de relações com os clientes e fornecedores, marcas registradas e a imagem da empresa. E, por fim, a competência do funcionário, considerada sinônimo de saber, é classificada como: conhecimento explícito, experiência, julgamento de valor e rede social.

1.2 Evidenciação e Relatórios da Administração

Em contabilidade, o termo “evidenciação” está relacionado à maneira clara de divulgar as informações contábeis, conforme Marques apud Santos (2008). No caso do capital intelectual, ela é divulgada voluntariamente e ocorre de acordo com o objetivo de cada organização e do público-alvo desta informação, de tal forma que venha a suprir o processo decisório, segundo Backes, Ott e Wiethaeuper (2006).

Nessa direção, o “American Institute of Certified Public Accountants” – AICPA (2001), através do “Special Committee on Financial Reporting (Jenkins Committee)”, indica componentes que devem ser incluídos na evidenciação para aumentar sua utilidade aos interessados pela informação, tais como: mais informações voltadas para o futuro; *disclosures* não-financeiros sobre as estratégias de ganhos futuros como, por exemplo, relacionamento com clientes, qualidade de produtos/serviços, *know-how*, produtividade e inovação; e, por último, informações sobre capital intelectual e outros intangíveis que criam valor e proporcionam vantagem competitiva (BACKES, OTT, WIETHAEUPER, 2006).

Os *disclosures* sobre uma perspectiva financeira estratégica de gerar ganhos no futuro podem causar imprecisões de previsões, tendo em vista que o não cumprimento de projeções pela empresa pode provocar a insatisfação, por exemplo, dos investidores, e gerar, conseqüentemente, ações judiciais, segundo Hendriksen e Breda (1999).

Nas últimas décadas, tem-se comentado que os benefícios intangíveis estão alterando o patrimônio das empresas. Com isso, a contabilidade tradicional vem sendo criticada porque as demonstrações financeiras não estão evidenciando o real valor das entidades ao investidor, devido à ausência de uma padronização sistemática para mensuração monetária do capital intelectual, conforme Antunes (2000).

Por ter caráter descritivo, o Relatório da Administração é mais acessível que as demonstrações contábeis, atraindo uma maior gama de usuários. Por esse motivo, deve ser forte instrumento de comunicação aos interessados pela informação, uma vez que sua adequada elaboração deverá proporcionar tomada de decisões de melhor qualidade, segundo Iudícibus, Martins e Gelbcke apud Forli (2004). No entanto, apesar da sua relevância e utilidade, as empresas nem sempre têm apresentado o conteúdo que expressa a relevância das transações, que beneficiam o negócio, perdendo oportunidade de serem mais bem conhecidas e avaliadas pelos usuários.

1.3 Mercado de Capitais e Governança Corporativa

O resultado da globalização ocasionou a abertura da economia dos países, tornando mais viável o recebimento de investimentos externos e favorecendo o crescimento do mercado de ações, para aqueles que estão acompanhando a evolução das mudanças do cenário mundial.

Diante destas mudanças, o mercado de capitais tem sido um dos principais responsáveis pelo crescimento e desenvolvimento econômico de um país. O principal exemplo é os Estados Unidos, que se tornaram uma potência econômica e o centro do sistema financeiro mundial, devido ao seu forte mercado de capitais, segundo Barbosa (2005).

No Brasil, iniciou-se a evolução do mercado de capitais na década de 90, com adoção de medidas políticas e econômicas, tais como: a abertura comercial, o controle inflacionário a partir da introdução do Plano Real, os processos de privatização e outros que contribuíram para estabilidade econômica. O resultado deste cenário contribuiu para atração do capital estrangeiro e crescimento no volume e valor das ações negociadas em bolsa, conforme Carvalho apud Moraes e Cunha (2005).

Apesar da evolução no mercado de capitais, o mercado brasileiro – comparando-o, por exemplo, com os Estados Unidos - ainda é pouco desenvolvido. Alguns fatores justificam esta situação, tais como: a desigualdade de tratamento entre os acionistas, com especial prejuízo dos minoritários; o baixo nível de evidenciação das informações contábeis aos seus diversos usuários e o alto índice de concentração das ações, de acordo com Carvalho apud Moraes e Cunha (2005).

Observa-se que quanto mais desenvolvida é uma economia, mais ativo é o seu mercado de capitais, segundo a BOVESPA (1999). No entanto, os países desenvolvidos, por apresentarem-na mais forte do que os países em desenvolvimento, levam vantagem em tal mercado.

As empresas devem estar cada vez mais comprometidas com uma boa política de divulgação de informações, principalmente de natureza quantitativa dos elementos do capital intelectual, a fim de valorizá-las e fortalecê-las no mercado de capitais, conforme Moraes e Cunha (2005).

É necessário, então, ampliar a divulgação destas informações, pois na medida em que ela é prestada ao mercado com maior transparência, tende a atrair investimentos de baixo custo de capital, propiciando benefícios às organizações.

A necessidade da presença do contador para construção e disponibilização destas informações com qualidade, tempestividade e coerência é também relevante para desenvolvimento do mercado de capitais (MORAIS e CUNHA, 2005).

As informações, no entanto, apresentam-se como o insumo mais relevante no processo de avaliação de investimentos, segundo Martinez e Barros (2004). Com base nesta proposição, torna-se indispensável transcrevê-las quantitativamente para atrair uma maior gama de investidores, transmitindo-lhes segurança e, posteriormente, favorecendo a captação de recursos de longo prazo para as empresas.

A BOVESPA define governança corporativa da seguinte forma:

Segundo o Instituto Brasileiro de Governança Corporativa (IBGC), governança corporativa é um sistema pelo qual as sociedades são dirigidas e monitoradas, envolvendo os acionistas e os cotistas, Conselho de Administração, Diretoria, Auditoria Independente e Conselho Fiscal. As boas práticas de governança corporativa têm a finalidade de aumentar o valor da sociedade, facilitar seu acesso ao capital e contribuir para a sua perenidade. (BOVESPA, 2008)

Entende-se governança corporativa como um sistema pelo qual as empresas são administradas, controladas e transparentes ao mercado acionário, com boas práticas que as projetam com melhor imagem, criando um clima de confiabilidade e, conseqüentemente, implicando em maiores retornos financeiros aos acionistas e maior credibilidade aos investidores. Ou seja, a idéia central é a de promover um ambiente de negociação que instigue o interesse dos investidores e valorize as organizações.

A partir da década de 90, a governança corporativa tem sido tratada com maior importância no cenário mundial. A sua relevância deve-se, principalmente, a mudanças como a abertura de mercado, a maior dificuldade de obtenção de financiamento e o aumento da competitividade, que trouxeram a necessidade de acesso das empresas ao mercado de capitais, segundo Sirqueira, Kalatzis e Toledo (2007). O aspecto evolutivo das mudanças é tão favorável que os investidores estão predispostos a pagar mais pelo preço de mercado de ações das companhias brasileiras que adotam boas práticas de governança corporativa, conforme Barbosa (2005).

Diante deste cenário, as companhias brasileiras estão valorizando suas ações com a adoção de boas práticas de governança corporativa no que tange ao tratamento aos acionistas minoritários, bem como na transparência das empresas, com divulgação de informações em maior volume e qualidade (BARBOSA, 2005).

Em dezembro de 2000 a BOVESPA criou um mercado acionário estimulante para os investidores e companhias determinado por segmentos de listagens diferenciadas - Nível 1, Nível 2 e Novo Mercado, objetivando atender as pressões internacionais, cujas características são apresentadas no quadro 1, abaixo.

As Companhias de Nível 1 se comprometem, principalmente, com melhorias na prestação de informações ao mercado e com a dispersão acionária. As de Nível 2, além da aceitação das obrigações contidas no Nível 1, adotam um conjunto bem mais amplo de práticas de governança e de direitos adicionais para os acionistas minoritários, conforme BOVESPA (2008).

As companhias do Novo Mercado aderem a um conjunto de regras societárias, chamadas de "boas práticas de governança corporativa", mais exigentes do que as presentes na legislação brasileira (BOVESPA, 2008).

Os investidores valorizam mais as companhias que aderem à boa governança, segundo Andrade apud Barbosa (2005), na medida em que ganham:

1. maior valorização das companhias, por investidores dispostos a pagar "ágios de governança";
2. maior acesso ao mercado a menores custos de capital;
3. criação de importante requisito para o acesso a mercados financeiros internacionais;
4. atendimento de exigência para alianças estratégicas, em especial as que envolvem agentes internacionais;
5. promoção de maior alinhamento entre acionistas, conselhos e direção executiva;
6. encaminhamento da harmonização dos interesses dos acionistas com os de outras partes interessadas;
7. redução de conflito de interesse;
8. maior segurança quanto aos direitos dos proprietários;
9. provisão de condições para melhoria dos processos de alta gestão;
10. melhor imagem institucional da corporação.

QUADRO 1 – Características do Nível 1, Nível 2 e Novo Mercado

	NÍVEL 1	NÍVEL 2	NOVO MERCADO
Percentual Mínimo de Ações em Circularização	No mínimo 25% de Ações em Circularização do total do capital social da companhia	No mínimo 25% de Ações em Circularização do total do capital social da companhia	No mínimo 25% de Ações em Circularização do total do capital social da companhia
Características das Ações Emitidas	Permite a existência de ações Ordinárias e Preferenciais	Permite a existência de ações Ordinárias e Preferenciais (com direitos adicionais)	Permite a existência somente de ações Ordinárias
Conselho de Administração	Mínimo de três membros (conforme legislação)	Mínimo de três membros, dos quais pelo menos 20% devem ser independentes	Mínimo de cinco membros, dos quais pelo menos 20% devem ser independentes
Demonstrações Financeiras Anuais em Padrão Internacional	Facultativo	US GAAP ou IFRS	US GAAP ou IFRS
Concessão de Ações Preferenciais	80% para ações Ordinárias (conforme legislação)	100% para ações Ordinárias 80% para ações Preferenciais	100% para ações Ordinárias
Adoção da Câmara de Arbitragem do Mercado para solução de eventuais conflitos societários	Facultativo	Obrigatório	Obrigatório

FONTE: Adaptado da Bolsa de Valores de São Paulo – BOVESPA (2008)

Como se pode observar, a transparência das boas práticas de governança corporativa está proporcionando melhores relacionamentos das companhias com o mercado e os investidores.

2 METODOLOGIA

2.1 Tipo de Pesquisa

Quanto aos objetivos, conforme Beuren (2008), esta pesquisa tem natureza exploratória por pretender maiores esclarecimentos a respeito da evidenciação do capital intelectual nos Relatórios da Administração das empresas brasileiras, um assunto pouco conhecido e que carece de exploração.

Quanto aos procedimentos, o estudo partiu de uma pesquisa bibliográfica - livros, periódicos, artigos científicos, "internet" e outras fontes - para orientar o levantamento das informações necessárias e responder à problemática proposta.

2.2 Universo, Amostra e Coleta de Dados

O universo da pesquisa é composto por 18 companhias abertas, listadas pela BOVESPA em Nível 2 de Governança Corporativa, em 14 de Outubro de 2008. Deste universo, foi retirada uma amostra com 8 empresas que apresentam o maior capital social, conforme demonstra o quadro 2, a seguir. Este critério foi adotado porque as companhias que apresentam um maior capital social visam ampliar informações nos seus relatórios, já que possuem maior participação de capital de acionistas, e objetivam atender uma maior gama de usuários, segundo Reina, Vicente e Rodrigues (2008).

QUADRO 2 – Empresas da amostra

Nº	Razão Social	Nome Pregão	Capital Social (R\$)
1	ALL AMERICA LATINA LOGÍSTICA S.A.	ALL AMER LAT	2.888.177.575
2	ANHANGUERA EDUCACIONAL PARTICIPACOES S.A	ANHANGUERA	842.800.150
3	SANTOS BRASIL PARTICIPAÇÕES S.A.	SANTOS BRP	655.776.449
4	NET SERVICOS DE COMUNICAÇÃO S.A.	NET	338.739.120
5	SEB - SISTEMA EDUCACIONAL BRASILEIRO S.A	SEB	282.634.210
6	SUL AMERICA S.A.	SUL AMERICA	281.295.931
7	TERNA PARTICIPAÇÕES S.A.	TERNA PART	263.458.833
8	MARCOPOLO S.A.	MARCOPOLO	224.225.021

FONTE: Bolsa de Valores de São Paulo – BOVESPA (2008)

2.3 Análise dos Dados

Segundo Gil apud Beuren (2008) o objetivo na análise dos dados é organizar resumidamente os dados, de forma que possibilitem o fornecimento de respostas ao problema proposto. Neste sentido, utilizou-se a técnica “análise de conteúdo” nos Relatórios da Administração, de acordo com Guthrie e Petty (2000a): por meio de um sistema de quatro códigos numéricos definidos em uma escala de 0 a 3, indica-se a existência ou não da evidência do elemento e da maneira como ele está sendo divulgado: 0 = elemento não apareceu; 1 = elemento apareceu em forma narrativa; 2 = elemento recebeu um valor não-financeiro; 3 = elemento recebeu um valor financeiro, de acordo com Carvalho (2006).

A identificação dos elementos do capital intelectual, determinada pelo modelo proposto por Sveiby (1997), é descrita na matriz desenhada para análise de conteúdo dos relatórios da administração - composta por três grupos ou categorias (Capital Interno, Capital Externo e Competência dos Funcionários) e 24 elementos.

3 RESULTADOS

A amostra foi analisada por meio da matriz apresentada na tabela 1. Inicialmente, o processo de atribuição dos códigos de 0 a 3 foi utilizado para identificar os elementos do capital intelectual que estavam sendo divulgados e a sua forma – qualitativa (narrativa) e quantitativa (não-financeira, financeira). Em seguida, foram somados no eixo vertical, constatando-se a presença de 16,13,10,12,11,11,12,17 nas empresas ALL, Anhanguera, Santos, NET, SEB, Sul América, Terna e Marcopolo, respectivamente. Simultaneamente, considerando-se o conjunto das empresas, mostra-se, no eixo horizontal, o número total de cada elemento identificado como, por exemplo, o elemento *Nome de Companhia*, que ocorreu em 5 empresas, e o seu número percentual, ou seja, 62,5% do total da amostra.

TABELA 1 – Evidenciação e Categoria mais Representativa

Empresas identificadas pelo número, conforme quadro 2.	1	2	3	4	5	6	7	8	Total	%
Capital Intelectual										
1 Capital Interno	5	5	4	5	3	2	5	5	34	47,2%
1.1 Propriedade Intelectual									3	12,5%
1.1.1 Patentes	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%
1.1.3 Marcas registradas	0	0	0	0	1	1	0	1	3	37,5%
1.2 Recursos de infra-estrutura									31	64,6%
1.2.1 Filosofia gerencial	1	0	1	1	0	0	1	1	5	62,5%
1.2.2 Cultura corporativa	1	1	1	0	0	0	1	0	4	50,0%
1.2.3 Processos gerenciais	0	3	3	1	0	0	1	1	5	62,5%
1.2.4 Sistemas de informações	1	1	0	1	1	0	1	0	5	62,5%
1.2.5 Sistemas de relacionamentos	1	1	0	1	1	1	1	1	7	87,5%
1.2.6 Relações financeiras	2	1	1	1	0	0	0	1	5	62,5%
2 Capital Externo	7	5	4	6	6	6	5	6	45	62,5%
2.1 Tipos de Produtos e Serviços	3	1	3	1	1	1	1	1	8	100,0%
2.2 Clientes	1	2	0	2	1	1	0	1	6	75,0%
2.3 Fidelidade de clientes	1	1	0	1	1	1	0	1	6	75,0%
2.4 Nome da companhia	1	0	0	1	1	1	0	1	5	62,5%
2.5 Canal de distribuição	2	2	1	2	1	2	1	1	8	100,0%
2.6 Colaboração dos negócios	2	3	1	1	1	1	3	1	8	100,0%
2.7 Acordo licenciado	0	0	1	0	0	0	1	0	2	25,0%
2.8 Contrato favorável	1	0	0	0	0	0	3	0	2	25,0%
2.9 Acordo de franchising	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0,0%
3 Competência dos funcionários	4	3	2	1	2	3	2	6	23	47,9%
3.1 Know-how	0	0	0	0	0	0	0	1	1	12,5%
3.2 Educação	3	2	1	0	1	1	1	1	7	87,5%
3.3 Qualidade vocacional	1	0	0	0	0	0	0	1	2	25,0%
3.4 Conhecimento relacionado ao trabalho	1	2	0	1	0	1	1	1	6	75,0%
3.5 Competências relacionadas ao trabalho	2	2	1	0	1	1	0	1	6	75,0%
3.6 Espírito empreendedor	0	0	0	0	0	0	0	1	1	12,5%
Total	16	13	10	12	11	11	12	17	102	53,1%

Nota-se que 100% das empresas na amostra pesquisada evidenciaram elementos do capital intelectual nos Relatórios da Administração. A empresa 8, Marcopolo, foi a que mais os divulgou, apresentando 17 dos 24 possíveis. Já a empresa 3, Santos, foi a que menos os divulgou, apresentando 10.

Dentre as três categorias utilizadas para este estudo, a mais representativa quantitativamente é a do Capital Externo com 16,7%, 9,7% com valor não-financeiro e 6,9% com valor financeiro, conforme detalhado no Apêndice A, seguido de Competência dos funcionários com 10,4% e, por último, Capital Interno com 4,2%.

Dos elementos mais divulgados quantitativamente, os que obtiveram os maiores indícios foram: *Canal de Distribuição* com 50% do total da amostra e *Colaboração dos Negócios* com 37,5%. Ou seja, as empresas estão preocupadas em demonstrar agilidade e segurança no oferecimento de seus produtos e serviços, caracterizando, assim, uma relação de benefícios com seus clientes.

Os elementos que também tiveram uma evidência considerável foram *Processos Gerenciais*, *Educação e Competências relacionadas ao trabalho* com 25% do total da amostra. O primeiro caracteriza uma preocupação das empresas em transparecer suas ações de medição e ajuste do desempenho da organização, dando ênfase à participação dos colaboradores nos resultados da companhia. E os últimos identificam investimentos em programas educacionais e desenvolvimento pessoal, bem como aprimorar a competência de cada colaborador ao trabalho por meio de palestras, congressos, cursos dentre outros.

Já os que tiveram os indícios mais baixos foram: *Relações financeiras*, *Contrato favorável* e *Conhecimento relacionado ao trabalho* com 12,5% do total da amostra. Acredita-se que eles foram pouco evidenciados pelas empresas devido às dificuldades em transparecê-los de forma quantitativa ou como estratégia para protegê-las da má fé de seus concorrentes, já que são dados que tratam de seus relacionamentos com investidores, instituições privadas e seus acordos firmados, bem como da capacitação de sua equipe.

Por último, os elementos que não foram divulgados por nenhuma empresa, são: *Patentes*, *Direitos Autorais*, *Marcas registradas*, *Filosofia gerencial*, *Cultura Corporativa*, *Sistemas de informações*, *Sistemas de relacionamentos*, *Fidelidade de clientes*, *Nome da companhia*, *Acordo licenciado*, *Acordo de franchising*, *Know-how*, *Qualidade vocacional* e *Espírito empreendedor*. As empresas não evidenciam tais elementos devido à falta de uma sistematização metodológica para mensurá-los, dificultando, assim, tanto sua elaboração pelos gestores, como sua interpretação pelo leitor.

3.1 Elementos do Capital Intelectual encontrados nos Relatórios da Administração

Capital Interno:

Processos Gerenciais: A empresa Santos divulgou sua política de gestão de pessoal, que tem por objetivo elevar os índices de satisfação e motivação do corpo funcional com enfoque na superação de metas e resultados para assegurar a expansão dos seus negócios

Capital Externo:

Tipos de Produtos e Serviços: A empresa Santos opera o maior terminal de contêineres da América do Sul, oferecendo movimentação e armazenagem no Terminal de Contêineres de Santos. Entretanto, tal melhoria na atividade operacional deve-se à criação de novos serviços.

Clientes: A empresa Net, visando um aumento gradativo de sua clientela, continua buscando alternativas de crescimento com o lançamento de novos produtos e novidades no mercado de entretenimento e telecomunicações.

Canal de distribuição: A empresa ALL evidencia suas ações realizadas em prol da distribuição dos seus produtos e serviços, ou seja, crescendo em operações dedicadas à armazenagem, transferência e ao gerenciamento de toda cadeia logística.

Colaboração dos Negócios: Dando continuidade, a empresa ALL demonstra fatores que influenciaram na colaboração e crescimento dos seus negócios como a melhoria na capacidade operacional do transporte de produtos, proporcionando ganhos de produtividade e segurança, estabelecendo, assim, uma relação de confiança com seus clientes.

Competência dos funcionários:

Educação: A empresa Marcopolo incentiva seus colaboradores a construírem suas carreiras através de investimentos em programas educacionais.

Competências relacionadas ao trabalho: A qualidade dos serviços oferecidos pela companhia aos seus clientes depende diretamente da capacitação de seus colaboradores. Estas aprimoradas, por meio de cursos e treinamentos, como é o caso, por exemplo, da empresa Sul América.

3.2 Comparação com o Contexto Internacional

Nota-se que as empresas da amostra são competitivas, pois estão se adaptando às tendências internacionais no sentido de identificar e divulgar elementos do capital intelectual, bem como ampliar informações de natureza quantitativa nos Relatórios da Administração.

Apesar das dificuldades para evidenciar informações quantitativas, observa-se uma preocupação das empresas em transparecê-las dentro de um contexto nacional. Já é visível esta divulgação de elementos – *Processos Gerenciais, Tipos de Produtos e Serviços, Clientes, Educação e Competências relacionadas ao trabalho* - de uma maneira significativa e similar ao contexto internacional, comparativamente com estudos apresentados por Carvalho (2006), com 20 países desenvolvidos e em desenvolvimento.

Há uma necessidade de aplicar novas estratégias de negócios como, por exemplo, evidenciar mais informações quantitativas, visando uma maior confiabilidade dos investidores. Neste sentido, as empresas estão preocupadas em divulgar elementos relevantes - Canal de distribuição e Colaboração dos negócios, apresentados com os maiores indícios na pesquisa analisada - que influenciarão na tomada de decisão dos usuários externos.

Os países desenvolvidos, como Estados Unidos e Japão, apresentam a evidenciação do capital intelectual com predominância de informações quantitativas (CARVALHO, 2006). Já no Brasil, apesar da predominância qualitativa, nota-se que os gestores estão se esforçando para divulgarem-nas cada vez mais, objetivando agregar mais valor às empresas.

CONCLUSÃO

O objetivo geral desta pesquisa consistiu em verificar os indícios quantitativos de elementos do capital intelectual nos Relatórios de Administração em oito empresas pertencentes ao Nível 2 de governança corporativa.

Assim, constatou-se que essas empresas não só têm evidenciado esses elementos, como também estão se esforçando para ampliá-los de forma quantitativa – não financeira e financeira. Ou seja, há uma preocupação dos gestores em transparecê-los cada vez mais ao mercado de capitais, propiciando vantagens e benefícios para as companhias, que serão valorizadas, e para os investidores, que tomarão decisões mais acertadas no futuro.

Ao analisar os elementos por meio da matriz, verificou-se que 100% das empresas da amostra evidenciaram tais elementos. Neste sentido, foi constatado que a empresa Marcopolo se destacou com a divulgação de 17 elementos dos 24 possíveis. Em contrapartida, a empresa Santos foi a que menos os divulgou, apresentando 10. No entanto, mesmo que a evidenciação seja voluntária, tais companhias estão divulgando números significantes, com o intuito de serem mais bem conhecidas e avaliadas pelos usuários.

Apesar da predominância qualitativa (narrativa), mostra-se uma evolução dos indícios quantitativos, ou seja, no que tange às categorias dos elementos do capital intelectual, os resultados comprovam que a do Capital Externo é a mais representativa quantitativamente, com 16,7%, em uma amostra total de 62,5%. Estes resultados mostram uma preocupação das companhias em estabelecer estratégias para integrarem-se com seus clientes através da inovação dos seus produtos e serviços – expressando-os em valores não-financeiros e financeiros - para atrair e manter esses clientes, contribuindo assim para expansão dos negócios.

Em seguida, temos a Competência dos funcionários, com 10,4% e o Capital Interno, com 4,2%, em uma amostra total de 47,9% e 47,2%, respectivamente. Observa-se que as companhias estão investindo mais em programas educacionais, cursos e treinamentos, valorizando mais seus colaboradores, bem como na implantação de políticas de gestão que os incentivam a trabalharem com metas, visando atender os objetivos das mesmas como, por exemplo, aumentar os seus ganhos.

Dentre os elementos do capital externo, destacam-se: *Canal de distribuição*, com 50% e *Colaboração dos Negócios*, com 37,5%. Infere-se que as empresas estão preocupadas em demonstrar agilidade e segurança no oferecimento de seus produtos e serviços, caracterizando, assim, uma relação mútua com seus clientes.

Dentre os elementos do capital intelectual que apresentam os indícios mais baixos, destacam-se três – *Relações financeiras, Contrato favorável e Competências relacionadas ao trabalho*, todos com 12,5%, em uma amostra total de 62,5%, 25% e 75%, respectivamente. Acredita-se que eles foram pouco evidenciados pelas empresas devido às dificuldades em transparecê-los de forma quantitativa, ou como estratégia para protegê-las da má fé de seus concorrentes, já que são dados que tratam de seus relacionamentos com investidores, instituições privadas e seus acordos firmados, bem como da capacitação de sua equipe.

É importante ressaltar que a maioria dos elementos quantitativos não foi evidenciada. Acredita-se que a falta de uma metodologia sistemática para mensurá-los, e o subjetivismo apresentado em tal relatório, dificulta a interpretação do leitor. Neste sentido, é manifesto que, para construção e disponibilização das

informações com qualidade, visando aclarar o entendimento do usuário, é indispensável a presença desses elementos ao contador.

Em relação à análise comparativa com o contexto internacional, verifica-se que as empresas da amostra estão acompanhando as tendências geradas pelas mudanças constantes da economia em escala global e aprimorando as informações quantitativas do capital intelectual para maximização dos investimentos, uma vez que, através da adoção das “práticas da boa governança corporativa”, elas conseguem estabelecer bons relacionamentos com o mercado e os investidores.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANTUNES, M. **Capital Intelectual**. São Paulo: Atlas, 2000.
- ANTUNES, M., MARTINS, E.; GELBCKE, E. **Manual de contabilidade das sociedades por ações**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2006.
- BACKES, R.; OTT, E.; WIETHAEUPER, D. Informações Sobre Capital Intelectual Evidenciadas Pelas Companhias Abertas Listadas em Nível 1 de Governança Corporativa da BOVESPA. In: 5º Congresso USP de Contabilidade, 2006. **Anais**. Disponível em: < <http://www.congressousp.fipecafi.org/artigos52005/81.pdf>.> Acesso em: 27 fev. 2009.
- BARBOSA, N. **O mercado de capitais brasileiro e a governança corporativa**. 2005. Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso), Curso de Administração Financeira, União Educacional Minas Gerais S/A, Uberlândia, 2005.
- BEUREN, I. **Como Elaborar Trabalhos Monográficos em Contabilidade: teoria e pratica**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- BOVESPA. Disponível em: <<http://www.bovespa.com.br/Principal.asp>>. Acesso em: 14 out. 2008.
- CARVALHO, F. **A evidenciação voluntária do Capital Intelectual: uma análise de conteúdo nos anos de 2000, 2002, 2004 dos relatórios de administração de companhias brasileiras, com maior receita líquida segundo a Bovespa**. 2006, Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis), Programa de Pós-Graduação em Contabilidade Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006.
- FORLI, D. **Análise qualitativa dos relatórios da administração das companhias abertas brasileiras no setor de alimentos**. 2004, Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso), Curso de Ciências Contábeis, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004.
- HENDRIKSEN, E.; BRENDA, M. **Teoria da Contabilidade**. Traduzido por Antonio Zoratto Sanvicente. São Paulo: Atlas, 1999.
- MARTINEZ, A. ; BARROS, M. Política de Divulgação de Informações no Âmbito do Mercado de Capitais: O Papel dos Analistas do Mercado de Capitais. In: V Concurso de Monografia CVM, 2004, **Anais**. São Paulo. Disponível em: < <http://www.portaldoinvestidor.gov.br/Acadêmico/Concursodemonografia/Últimosresultados/tabid/182/Default.aspx>>. Acesso em: 18 out. 2008.
- MORAIS, R.; CUNHA, M. A importância do Disclosure no Mercado de Capitais: Um Estudo sobre o Nível de Transparência na Divulgação de Informações dos Bancos Múltiplos no Brasil (2005).
- OLIVEIRA, J.; BEUREN, I. O Tratamento Contábil do Capital Intelectual em Empresas com Valor de Mercado Superior ao Valor Contábil. **Revista & Finanças**, São Paulo (USP), n. 32, p. 81 – 98, maio/agosto 2003.
- REINA, D.; VICENTE; E. ; RODRIGUES, E. Capital intelectual: uma análise comparativa da evidenciação voluntária em empresa de governança corporativa no ano de 2006. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CONTABILIDADE, 18., 2008, Gramado. **Anais**. Disponível em: < http://www.congressocfc.org.br/hotsite/trabalhos_1/223.pdf>. Acesso em: 04 out. 2008.
- RODRIGUES, F. **Análise das variáveis que influenciam as informações divulgadas nos relatórios da administração das companhias abertas brasileiras: um estudo empírico nos anos de 2001 e 2003**. 2005. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis), Programa Multiinstitucional e Inter-regional de Pós-Graduação em Ciências Contábeis, Universidade de Brasília, Universidade Federal de Pernambuco e Universidade Federal do Rio Grande do Norte, Brasília, 2005.
- SANTOS, J. **O capital intelectual nas organizações**. 2007, Monografia (Trabalho de Conclusão de Curso), Curso de Administração de Empresas, Universidade Veiga de Almeida, Rio de Janeiro, 2007.
- SANTOS, J. Evidenciação do valor da marca da Prefeitura do Rio de Janeiro. **Revista TCMRJ**, Rio de Janeiro, n. 37, p. 64-70, janeiro 2008.
- SIRQUEIRA, A.; KALATZIS, A.; TOLEDO, F. Economia, **Revista da ANPEC**, v. 8, n. 3, set./dez. 2007.
- STEWART, T. **Capital intelectual: a nova vantagem competitiva das empresas**. Traduzido por Ana Beatriz Rodrigues; Priscilla Celeste. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

APÊNDICE A – Informações: Narrativa e Quantitativa do Capital Intelectual

					% Quantitativa		
		Total	%	%	Valor Não-Financeiro	Valor Financeiro	%
	Capital Intelectual	(8 empresas)	do total	Narrativa			Quantitativa
Legenda	Capital Interno	34	47,2%	43,1%	1,4%	2,8%	4,2%
	Propriedade Intelectual						
1	Patentes	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
2	Direitos Autorais	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
3	Marcas registradas	3	37,5%	37,5%	0,0%	0,0%	0,0%
	Recursos de Infra-estrutura						
4	Filosofia gerencial	5	62,5%	62,5%	0,0%	0,0%	0,0%
5	Cultura Corporativa	4	50,0%	50,0%	0,0%	0,0%	0,0%
6	Processos Gerenciais	5	62,5%	37,5%	0,0%	25,0%	25,0%
7	Sistemas de Informações	5	62,5%	62,5%	0,0%	0,0%	0,0%
8	Sistemas de relacionamentos	7	87,5%	87,5%	0,0%	0,0%	0,0%
9	Relações financeiras	5	62,5%	50,0%	12,5%	0,0%	12,5%
	Capital Externo	45	62,5%	45,8%	9,7%	6,9%	16,7%
10	Tipos de Produtos e Serviços	8	100,0%	75,0%	0,0%	25,0%	25,0%
11	Clientes	6	75,0%	50,0%	25,0%	0,0%	25,0%
12	Fidelidade de clientes	6	75,0%	75,0%	0,0%	0,0%	0,0%
13	Nome da companhia	5	62,5%	62,5%	0,0%	0,0%	0,0%
14	Canal de distribuição	8	100,0%	50,0%	50,0%	0,0%	50,0%
15	Colaboração dos negócios	8	100,0%	62,5%	12,5%	25,0%	37,5%
16	Acordo licenciado	2	25,0%	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%
17	Contrato favorável	2	25,0%	12,5%	0,0%	12,5%	12,5%
18	Acordo de franchising	0	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%	0,0%
	Competência dos funcionários	23	47,9%	37,5%	8,3%	2,1%	10,4%
19	Know-how	1	12,5%	12,5%	0,0%	0,0%	0,0%
20	Educação	7	87,5%	62,5%	12,5%	12,5%	25,0%
21	Qualidade vocacional	2	25,0%	25,0%	0,0%	0,0%	0,0%
22	Conhecimento relacionado ao trabalho	6	75,0%	62,5%	12,5%	0,0%	12,5%
23	Competências relacionadas ao trabalho	6	75,0%	50,0%	25,0%	0,0%	25,0%
24	Espírito empreendedor	1	12,5%	12,5%	0,0%	0,0%	0,0%