



**Maria Armanda de
Freitas Couto**

**Cumprimento dos Requisitos de Divulgação dos
Ativos Intangíveis**



**Maria Armanda de
Freitas Couto**

**Cumprimento dos Requisitos de Divulgação dos
Ativos Intangíveis**

Dissertação apresentada à Universidade de Aveiro para cumprimento dos requisitos necessários à obtenção do grau de Mestre em Contabilidade, Ramo de Fiscalidade, realizada sob a orientação científica da Professora Doutora Graça Maria do Carmo Azevedo e do Professor Doutor Jonas da Silva Oliveira, Professores Adjuntos do Instituto Superior de Contabilidade e Administração da Universidade de Aveiro.

Dedico este trabalho à minha família, aos meus amigos e à memória de meu Pai.

o júri

Presidente

Prof. Doutor. João Francisco Carvalho de Sousa
Professor adjunto da Universidade de Aveiro

Arguente

Prof.^a Doutora Liliana Marques Pimentel
Professora adjunta do Instituto Politécnico de Leiria – Escola Superior de Tecnologia e Gestão

Orientador

Prof.^a Doutora Graça Maria do Carmo Azevedo
Professora adjunta da Universidade de Aveiro

agradecimentos

O mais profundo agradecimento aos meus orientadores, Professora Doutora Graça Maria do Carmo Azevedo e Professor Doutor Jonas da Silva Oliveira, pelo incentivo, pela disponibilidade, apoio e dedicação que sempre me dispensaram ao longo deste trabalho.

Agradeço à minha família e amigos o apoio incondicional e a compreensão indispensáveis à elaboração desta dissertação.

palavras-chave

Divulgação, ativos intangíveis, transição e grau de cumprimento de requisitos de divulgação.

resumo

O presente estudo tem como desiderato identificar o grau de cumprimento dos requisitos de divulgação dos ativos intangíveis descritos na NCRF 6 e analisar quais são os fatores que mais influenciam o cumprimento das divulgações obrigatórias exigidas pela Norma Contabilística e de Relato Financeiro 6 – Ativos Intangíveis, através da análise das Demonstrações Financeiras e Anexo das 500 maiores empresas do Ranking da Revista Exame de 2010, sujeitas ao regime geral do Sistema de Normalização Contabilística e com relatórios disponíveis na Internet, dos anos de 2010 (ano de transição) e 2011.

A metodologia utilizada para obter as respostas às questões formuladas e alcançar os objetivos propostos foi a análise de conteúdo das Demonstrações Financeiras e Anexo de uma amostra de 37 empresas portuguesas com valores não cotados. Os dados recolhidos em 2010 e 2011 permitiram a construção de um índice de divulgação dos Ativos Intangíveis e a identificação dos fatores explicativos da divulgação. Foram testadas seis hipóteses de associação entre o índice e seis variáveis explicativas através do uso das análises, estatística descritiva, normalidade, diferenças nas médias, correlação e regressão.

Os resultados dos testes mostram que a média do índice de divulgação dos Ativos Intangíveis é de 30% e, contrariamente ao que era expectável, não se confirma que com a adoção do Sistema de Normalização Contabilística e com o tempo haja um maior nível de divulgação. A dimensão das empresas é o fator que mais influencia a divulgação dos Ativos Intangíveis.

keywords

Disclosure, intangible assets, transition and degree of compliance of disclosure requirements.

abstract

The present study has the desideratum to identify the degree of compliance with the intangible assets disclosure requirements described in NCRF 6 and to analyze what are the factors that influence compliance with intangible assets disclosure requirements (compliance with mandatory disclosures required by the Standard Accounting and Financial Reporting – NCRF 6 - Intangible Assets), through the analysis of the Financial Statements and Anexo of the 500 largest companies in Exame magazine, 2010, subject to the general System Accounting Standards (SNC) and with reports available on the Internet, for the years 2010 (transition year) and 2011.

The methodology chosen to get answers to the questions and achieve the proposed objectives was the content analysis of the Financial Statements and Anexo of a sample of 37 Portuguese unlisted companies. The collected data in 2010 and 2011 allowed the construction of an index of intangible assets and the identification of explanatory factors disclosure. We tested six hypotheses of association between the index and six explanatory variables through the use of analysis, descriptive statistics, normality, differences in means, correlation and regression.

The test results show that the average of disclosure index for intangible assets is 30% and, contrary to what was expected, it is confirmed that with the adoption of Accounting Standards System (SNC) and over time there is no greater level of disclosure. Companies size is the factor that most influences.

Lista de Abreviaturas

AI	Ativos Intangíveis
CI	Capital Intelectual
CMVM	Comissão de Mercado de Valores Mobiliários
CNC	Comissão de Normalização Contabilística
DC7	Diretriz Contabilística 7
DF	Demonstrações Financeiras
DGEEC	Direção-Geral de Estatísticas da Educação e Ciência
Ecofin	<i>Economic and Financial Committee</i>
EUA	Estados Unidos da América
FASB	<i>Financial Accounting Standards Board</i>
FEE	<i>Federation of European Accountants</i>
GAAP	<i>Generally Accepted Accounting Principles</i> / Sistema Normativo de Contabilidade
I&D	Investigação e Desenvolvimento
IAS	<i>International Accounting Standards</i>
IF	Instrumentos Financeiros
IFRS	<i>International Financial Reporting Standards</i>
JV	Justo Valor
NCRF	Norma Contabilística e de Relato Financeiro
NCRF12	Norma Contabilística de Relato Financeiro 12 - Imparidade de Ativos
NCRF6	Norma Contabilística de Relato Financeiro 6 - Ativos Intangíveis
NIC	Normas Internacionais de Contabilidade
OCDE	Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Económico
POC	Plano Oficial de Contabilidade
SNC	Sistema de Normalização Contabilística
UE	União Europeia
U. S. GAAP	<i>United States Generally Accepted Accounting Principles</i>

Lista de Tabelas

Tabela I – Definição da amostra	51
Tabela II - Amostra por setor de atividade.....	52
Tabela III - Variáveis Independentes, sua representação e sinal expectável.....	55
Tabela IV - Análise descritiva.....	58
Tabela V - Análise da normalidade	59
Tabela VI - Análise das diferenças nas médias.....	60
Tabela VII - Análise das correlações	61
Tabela VIII - Análise de regressão.....	65

Lista de Quadros

Quadro 1 - “Categorias e principais elementos dos ativos intangíveis/capital intelectual”	26
Quadro 2 – Fatores Explicativos e Determinantes da Divulgação	42

Mapas

Mapa 1 - Teorias de Divulgação Empresarial.....	16
Mapa 2 - Mapa das Categorias do Capital Intelectual.....	77

ÍNDICE GERAL

Agradecimentos	V
Resumo.....	VI
Abstract	VII
Lista de Abreviaturas	VIII
Lista de Tabelas.....	IX
Lista de Quadros	IX
Mapas.....	IX
Índice Geral	X
1. Introdução	1
1.1 Enquadramento Geral	1
1.2 Objetivos e Motivações	2
1.3 Estrutura da Dissertação.....	3
2. Enquadramento Teórico	5
2.1 As Suficiências/Insuficiências dos Normativos Contabilísticos e de Relato Financeiro Tradicionais	5
2.2 Enquadramento Normativo	9
2.3 POC versus SNC	11
3. Revisão da literatura	15
3.1 Teorias da Divulgação.....	15
3.2 Contributo para a definição de Intangíveis	22

3.3 Adoção das IAS/IFRS	29
3.4 Intangíveis.....	32
3.5 SNC.....	37
4. Desenvolvimento do Estudo.....	45
4.1 Formulação das Hipóteses de Estudo.....	45
4.2 Definição da amostra	50
4.3 Metodologia de Análise	52
5. Resultados	57
5.1 Análise Descritiva.....	57
5.2 Análise Estatística da Normalidade.....	58
5.3 Análise das Diferenças nas Médias	59
5.4 Análise da Correlação	60
5.5 Análise de Regressão	61
5.6 Resultados dos Testes e Discussão	62
6. Conclusão, limitações e pesquisas futuras	67
7. Referências Bibliográficas	69
8. Anexos.....	75
8.1 Lista dos Requisitos de Divulgação dos Ativos Intangíveis.....	75
8.2 Mapa das Categorias do Capital Intelectual.....	77

1. Introdução

1.1 Enquadramento Geral

A globalização da economia que decorre da livre circulação de pessoas, empresas, bens, serviços e capitais, aliada à constante evolução das tecnologias de comunicação e informação, obriga as organizações a fazerem permanentemente esforços no sentido de se adaptarem a tão rápidas mudanças, e a concretização dos seus objetivos envolve um recurso fundamental: o conhecimento. Este funciona como instrumento de criação de valor e é fonte de vantagens competitivas para as organizações e para a economia como um todo. Daí a constatação de que vivemos na Era do Conhecimento ou em uma economia baseada no conhecimento, porque o fator principal de sucesso das organizações já não é a sua estrutura física (edifícios, maquinaria, material de transporte, entre outros) mas os seus recursos e atividades baseados em conhecimento, designados de “capital baseado no conhecimento” que, enquanto fator de produção, conduz ao aumento da produtividade e do emprego e ao crescimento económico, sobretudo nas economias da Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Económico (OCDE), e é o único que não sofre de escassez, ao contrário de todos os outros recursos de produção (Wyckoff, 2013). No mesmo sentido, Svelby (1997) in Rimmel (2001) considera o conhecimento como fonte potencial de riqueza das organizações sem limites e que cresce à medida que é partilhado.

O conhecimento é considerado a nova e principal fonte de criação de valor numa organização empresarial e pode ser designado de várias formas, sendo as mais vulgares Capital Intelectual (CI) e Ativos Intangíveis (AI), muitas vezes usadas como sinónimas. Atente-se que há autores que optam por elencar vários elementos do CI, tais como o *know-how* dos trabalhadores, a experiência, a informação e a capacidade de aprendizagem da organização, não se tratando, portanto, de uma definição do Capital Intelectual (Oliveras, Gowthorp, Kasperskaya, & Perramon, 2008).

O CI é definido como a detenção de conhecimentos e competências profissionais, experiências, boas relações e capacidades tecnológicas que, se aplicadas, geram vantagens competitivas para as empresas (Li, Pike, & Haniffa, 2008).

A propósito do conceito de AI é de salientar a dificuldade da sua identificação e do reconhecimento pelo facto de não terem substância física. Ou seja, “A palavra intangível provém do latim *tangere* que significa tocar. Logo, os bens intangíveis não podem ser tocados, porque não possuem corpo físico.”(Cabrita, 2009, p. 89).

Cañibano, García-Ayuso, e Sanchez (2000) apresentam um conceito de AI que se aproxima muito da definição inserida no Sistema de Normalização Contabilística (SNC), definindo AI através das características que se encontram na maioria dos seus elementos: são identificáveis ou separáveis do todo da organização e controlados por ela; não monetários; sem substância física; com vida útil conhecida; são o resultado de acontecimentos passados, por aquisição ou produzidos internamente; com custo fiavelmente determinado e fonte potencial de benefícios económicos futuros para a empresa.

É de realçar a falta de consenso na literatura existente, no que concerne à concetualização dos AI e do CI. Neste estudo considera-se que os AI fazem parte do conjunto dos intangíveis incluídos no CI, dado que as normas contabilísticas do SNC em vigor em Portugal restringem a identificação e o reconhecimento dos AI.

Os AI e o relato financeiro constituem dois temas que tem originado uma vasta gama de estudos por parte dos analistas financeiros e dos académicos à escala global.

É que, ao problema da identificação dos AI enunciado atrás, há ainda a acrescentar outros, o de reconhecimento, o da mensuração e o da divulgação. A Norma Contabilística e de Relato Financeiro 6 (NCRF) 6 inclui disposições no que concerne a estes três problemas, mas, centrando a análise nos requisitos de divulgação dos Ativos Intangíveis que se encontram nos parágrafos 117 a 123 da mesma norma, põe-se a questão do seu cumprimento. O normativo nacional SNC exige divulgações diversas, confirmando que o legislador se preocupou, entre outros fatores, com a dimensão da empresa.

Aqui chegados, crê-se ser extremamente importante conhecer quais são os fatores determinantes da divulgação dos referidos ativos.

1.2 Objetivos e Motivações

O presente estudo pretende analisar quais são os fatores que mais influenciam o cumprimento das exigências de divulgação dos AI, através da análise das Demonstrações Financeiras e Anexo de 37 empresas (pertencentes à lista das 500 maiores empresas do Ranking da Revista Exame de 2010), sujeitas ao regime geral do Sistema de Normalização Contabilística (SNC), com relatórios disponíveis na Internet e referentes aos anos de 2010 e 2011.

O objetivo enunciado representa um contributo para compreender melhor o relato das empresas e implica resolução de dois problemas. O primeiro prende-se com saber se a execução das políticas contabilísticas por parte das empresas estão em conformidade com a norma, ou seja, saber se cumprem com os requisitos de reconhecimento, mensuração e apresentação da informação, constantes da NCRF 6, porque só assim se podem fazer comparações da informação recolhida. O segundo relaciona-se com saber até que ponto as empresas têm práticas de divulgação dos AI coincidentes com as exigências da norma, neste aspeto preciso.

Trata-se de identificar quais são os fatores explicativos ou condutores (variáveis independentes ou explicativas) do cumprimento dos requisitos de divulgação constantes da NCRF 6 e investigar qual a relação entre eles e o nível de divulgação dos AI (variável dependente).

A motivação para estudar este problema relaciona-se com as mudanças nas práticas contabilísticas, decorrentes da introdução em 2010 do SNC, que se fazem sentir com especial acutilância no tema dos AI e seu relato e, ainda, com a necessidade de informação financeira compreensível, fiável, materialmente relevante e transparente para os seus utilizadores e, além disso, comparável, para que a sua divulgação seja útil para a tomada de decisões, quer da própria empresa, quer dos investidores que existem a nível mundial.

Rodrigues (2013, p. 13) identifica a falta de estudos sobre o tema ao nível do SNC, afirmando a este propósito que, “(...) em Portugal (por exemplo nada se sabe sobre o grau de cumprimento do SNC por parte das empresas),(...)”.

Para além disto, e tendo por referência os estudos publicados, constata-se um número limitado de investigações empíricas sobre o grau de cumprimento das normas do SNC em Portugal e, em particular, nada se apresenta sobre o tema da divulgação dos intangíveis, nas empresas portuguesas em geral, daí o estímulo para abordagem deste tema.

1.3 Estrutura da Dissertação

Este estudo inclui, além da introdução, um capítulo com o enquadramento teórico do tema; outro com a revisão da literatura relacionada com o tema em estudo; seguindo-se a identificação do problema, as questões de investigação, a formulação das hipóteses, a definição da amostra e a metodologia a usar. Segue-se a exposição

dos resultados da investigação e respetiva discussão e, por fim, apresentam-se a conclusão, limitações e a proposta para pesquisas futuras.

2. Enquadramento Teórico

2.1 As Suficiências/Insuficiências dos Normativos Contabilísticos e de Relato Financeiro Tradicionais

No contexto de uma economia baseada no Conhecimento, a questão de saber se o relato financeiro é ou não suficiente para servir de suporte à tomada de decisões de investimento e de crédito tem sido alvo de discussão há longos anos.

Desde finais dos anos sessenta, os Estados Unidos da América (EUA), através dos seus órgãos reguladores, pugnam pelo aumento da divulgação financeira relacionada com informação prospetiva, exigindo a relevação das perspetivas para o futuro dos negócios das empresas. Em conformidade com o FASB (1978) a divulgação financeira tem como objetivo principal obter informação sobre o desempenho das empresas, não obstante, a divulgação voluntária de outro tipo de informação pode ser considerada como “um *score* de desempenho” (António, *Canadas, & Pimentel, 2012, p. 3*). Mais tarde, o grau de exigência cresce e passa por divulgar informação sobre os resultados das operações, liquidez, recursos de capital, perspetivas futuras, compromissos, incertezas e outros factos que sejam potenciadores de afetação material das divulgações anteriores. Com a *Sarbanes-Oxley Act em 2002* exige-se também a divulgação de operações não relevadas no balanço. Este tipo de divulgações é comum nos relatórios e contas do Canadá e Reino Unido (Azevedo & Oliveira, 2013).

Em 2011 a *Federation of European Accountants (FEE)* apresentou o projeto de relatório integrado. Trata-se de um documento que junta informação sobre a estratégia, a governança, o desempenho e perspetivas das organizações, tendo em conta o contexto comercial, social e ambiental em que atuam. Significa que o que se pretende alcançar com o relatório integrado não é mais, mas melhor informação, com realce não só para o cumprimento, mas sobretudo para a comunicação do que é relevante (Azevedo & Oliveira, 2013).

Em Portugal, a Ordem dos Revisores Oficiais de Contas expôs em 2011 os princípios a que deve obedecer o relatório integrado. Este é considerado pelos autores como norma de divulgação empresarial para todos os interessados internos e externos das organizações, que possibilita a tomada de decisão fundamentada, com consequências favoráveis ao nível da eficiência da afetação de capital e na criação e manutenção de valor (Azevedo & Oliveira, 2013).

Para uma melhor compreensão do assunto relativo à suficiência ou não do relato financeiro tradicional, aborda-se uma série de estudos onde é tratada a questão.

Com base num estudo empírico de revisão, Lev e Zarowin (1999) demonstram que, nas décadas antecedentes, se verifica uma redução significativa da utilidade dos relatórios financeiros das empresas para os investidores, ou seja, decresce o poder explicativo das demonstrações financeiras (DF) para a tomada de decisões de investimento e de crédito. Exemplificando, referem que, nos anos oitenta, apenas 7% da variação dos ganhos de ações são explicados pelos resultados obtidos e constantes dos relatórios e contas das empresas norte americanas alvo do estudo, e que o registo de atividades de reestruturação e de investigação e desenvolvimento (I&D) em despesas/gastos, origina uma descida no valor dos resultados e no valor patrimonial contabilístico, sabendo-se que tais atividades melhoram o valor da empresa e contribuem para benefícios económicos futuros. Segundo eles, a diminuição da relevância da informação deve-se às mudanças constatadas dentro e fora das organizações, provocam um incremento da incerteza e não são acompanhadas pelo relato financeiro. Os autores propõem um modelo contabilístico ampliado e a divulgação voluntária de informação, para que haja uma informação sobre intangíveis, abrangente, confiável e oportuna, de modo a permitir uma tomada de decisões eficiente.

Em anuência com o anterior estudo, Cañibano *et al.* (2000) concluem que a visão sobre as empresas mudou radicalmente, dado que as economias desenvolvidas se tornaram intensivas em tecnologia e baseadas no conhecimento, o que implicou que o fator principal de criação de valor nas empresas passasse a ser os seus elementos intangíveis. E a contabilidade não faz a sua relevação adequada, ou seja, o balanço não os inclui, por força de critérios contabilísticos de reconhecimento e mensuração muito restritivos. Assim, as demonstrações financeiras tradicionais perdem a sua relevância, apesar de manterem ainda a confiabilidade. Referem ainda a necessidade de um novo sistema contabilístico que contenha linhas diretas de identificação, reconhecimento, mensuração e relato dos ativos intangíveis.

Por sua vez, Ashton (2005), faz uma revisão sobre CI e criação de valor e invoca a mudança constatada no ambiente que rodeia as organizações empresariais, sobretudo, ao nível do mercado, para justificar que o acento tónico é colocado presentemente em torno dos “condutores de valor intangível” que possibilitarão, à *posteriori*, a realização de valor da empresa. Nesse sentido, considera a identificação de medidas do valor, financeiras e não financeiras, para uso de gestores e de

investidores, como o elemento chave desta mudança. As medidas financeiras tradicionais das transações constituem uma limitação para a tomada de decisões, uma vez que servem apenas para confirmar a criação/destruição de valor ocorrida no passado e não são apropriadas para estimar a potencial criação/destruição de valor no futuro. Sustenta que a problemática da limitação dos sistemas financeiros tradicionais como base para a tomada de decisões e atividades de controlo tem sido alvo de especial atenção desde 1980. A prova-lo, elenca vários desenvolvimentos de sistemas de mensuração e relato dos “condutores de valor intangível” como o Balanced Scorecard de Kaplan e Norton, (1992), o Business Navigator de Skandia, (1992), o Value Chain Scorecard de Lev, (2001), o Value Reporting Disclosure Model de Eccles, Herz, Keegan e Phillips, (2001). Igualmente se demonstra um crescente interesse no incremento da divulgação externa de informação, com o estudo do *Financial Accounting Standards Board* (FASB), 2001, (é um trabalho sobre divulgação voluntária, para uma amostra de 62 empresas, de nove setores de atividade, no qual se demonstra a divulgação de intangíveis não reconhecidos nas DF tradicionais) e com o projeto MERITUM, da iniciativa da UE, 2002, alusivo à mensuração, gestão e divulgação das atividades de criação de valor (Ashton, 2005).

Góis (2013) defende que as DF incluídas na divulgação financeira das empresas não fornecem toda a informação necessária à tomada de “decisões económicas” por parte dos seus utilizadores, dado que refletem factos financeiros passados e não relevam informação não financeira. Para além disso, afirma que o relato financeiro constitui um estímulo para os administradores manipularem a informação financeira.

Ainda neste âmbito, destaque-se um estudo de Veltri e Nardo (2013), cuja finalidade é criar um quadro único de divulgação, contendo a informação do relatório anual, do capital intelectual e da responsabilidade social, porque se reconhece a falha do relato financeiro tradicional na apresentação e divulgação de todos os intangíveis que contribuem para a criação de valor nas empresas. O resultado obtido é um quadro de divulgação onde é incluída toda a informação de intangíveis, ou seja, recursos, atividades e impactos dos intangíveis, medidos por indicadores financeiros e não financeiros. A esse modelo global, guiado pelas necessidades de informação dos *stakeholders*, que funciona como ferramenta de gestão e de comunicação externa, através das páginas das empresas na internet, as autoras denominaram de Quadro de Divulgação Global dos Intangíveis. Este integra a estratégia empresarial e é organizado em cinco dimensões, três das quais derivam da divulgação do Capital Intelectual, a que correspondem o capital humano, o capital estrutural e o capital

relacional, e as duas restantes referem-se aos relatórios social e ambiental. As vantagens deste quadro são a não duplicação e sobreposição de relatórios com todas as consequências que isto representa em termos de tempo e de custos, o acesso generalizado à informação, porque o canal de comunicação é a internet. As suas limitações fundamentais são a grande complexidade dado que a informação deve ser reorganizada em recursos, atividades e impactos dos intangíveis e o facto do acesso à internet não ser possível para todos.

Corroborando com os estudos anteriores, Cañibano e Sánchez (2004) sustentam que a informação disponibilizada pelo relato financeiro tradicional não satisfaz as necessidades de informação dos diversos *stakeholders* e que a falta de informação sobre intangíveis pode levar, entre outras coisas, à subavaliação das empresas, conduzindo a grandes erros de previsão de ganhos por parte dos analistas. Também no mesmo sentido Oliveira, Rodrigues, e Craig (2006) e, por recurso a citações do mesmo teor de Lev e Zarowin (1999); Wallman (1995); Cañibano *et al.* (1999) e Hedlin e Adolphson (2000), argumentam que a falha do sistema de informação contabilístico e financeiro em refletir as mudanças crescentes no ambiente empresarial e a oportunidade de as divulgar, é mais notória, na informação sobre recursos intangíveis tais como os recursos humanos e as relações com clientes. E, as consequências da falha de informação são, segundo Lev e Zarowin (1999): a) o excessivo custo do capital nas empresas intensivas em intangíveis, o que inviabiliza o investimento e o crescimento; b) a forte volatilidade nos preços das ações, que leva a perdas por parte dos investidores e uma nefasta afetação de recursos no mercado de capitais; c) as más decisões da gestão e os ganhos exagerados dos quadros internos das empresas, o que reduz a confiança dos investidores.

Ainda em concordância com os estudos mencionados anteriormente um outro autor argumenta:

“Evidenciada a perda de relevância da informação financeira e a sua crescente perda de utilidade, é evidente que o modelo contabilístico e os princípios e normas que o estruturam, respondem às necessidades informativas das empresas que operavam em plena era industrial, mas não aquelas que privilegiam o conhecimento como fonte de vantagem competitiva. Perante esta realidade desponta uma evidência, a impossibilidade de tratar com recurso a um mesmo normativo contabilístico, situações que de comum nada têm!” (Sousa, 2009, p. 6).

Para além da questão da divulgação da informação contabilística ser insuficiente, há ainda uma ilação divergente das anteriores, no estudo de Cañibano *et al.* (2000) baseado numa amostra de empresas europeias, o poder explicativo dos números contabilísticos e o seu comportamento ao longo do tempo variam muito. Os resultados demonstram que há países em que esse poder explicativo aumentou e outros em que se verificou o contrário.

Por outro lado, sabe-se da existência de diversos normativos contabilísticos no mundo. Tal tem consequências óbvias ao nível da apresentação e divulgação da informação financeira de entidades com atividades em vários países ou que apresentam valores cotados em mercados de diversos países, porque geram valores diferentes para, por exemplo, ativos, passivos, resultados, o que origina confusão e põe em causa a credibilidade e comparabilidade da informação e, além disso, implica custos para a elaboração das contas, de acordo com os vários sistemas normativos de contabilidade.

Coloca-se assim, a necessidade impreterível de um tratamento contabilístico e de relato financeiro novos e harmonizados a nível mundial.

E, dado que integramos a União Europeia, apresenta-se de seguida uma abordagem breve dos esforços que foram realizados ao longo dos últimos anos, pelas instituições europeias, em prol da harmonização contabilística e de relato financeiro.

2.2 Enquadramento Normativo

No âmbito europeu, e no sentido da almejada harmonização, sobressai a proposta da Comissão Europeia e do Conselho do *Economic and Financial Committee* (Ecofin) em 2000, na qual todas as entidades com valores admitidos à negociação deveriam elaborar, a partir de 2005, as suas contas consolidadas em conformidade com as normas internacionais de contabilidade, com a finalidade de elevar a circulação de capitais, de uma crescente integração dos mercados financeiros europeus e do aumento da competitividade internacional, que seriam alcançados por força das contas das entidades europeias serem, assim, mais fiáveis, comparáveis e transparentes (CE, 2000). E, como marco das preocupações europeias acerca da harmonização contabilística, foi aprovado o Regulamento n.º 1606/2002/CE do Parlamento Europeu e do Conselho de 19 de Julho de 2002, cujo escopo é o da adoção e utilização das normas internacionais de contabilidade em todos os Estados-

Membros, com o objetivo da harmonização das práticas de apresentação das informações financeiras pelas entidades com valores admitidos à negociação, para que seja garantido um elevado grau de transparência e de comparabilidade das demonstrações financeiras e, assim, possibilitar um funcionamento eficiente do mercado interno e, particularmente, do mercado de capitais, da Comunidade (CE, 2002). A eficiência do mercado de capitais é também invocada por Verrecchia (2001, p. 173) quando expõe, (e citando Levit, 1998, p.81) que “normas contabilísticas de alta qualidade promovem maior confiança por parte dos investidores, o que melhora a liquidez, reduz o custo do capital e torna possíveis os preços no mercado”, referindo que a divulgação de alta qualidade leva à descida do custo de capital, já que este é um componente da assimetria de informação.

A partir de 1 de janeiro de 2005, e em conformidade com o artigo 4.º do Regulamento n.º 1606/2002/CE, as entidades com valores admitidos à negociação nos mercados regulamentados de qualquer Estado Membro da UE são obrigadas a apresentar as suas demonstrações financeiras consolidadas segundo as *International Accounting Standards / Internacional Financial Reporting Standards* (IAS/IFRS) adotadas pela União Europeia (UE).

A Diretiva da Modernização Contabilística, Diretiva 2003/51/CE, datada de 18 de Junho de 2003, altera uma série de outras anteriores e tem como finalidade, garantir a conformidade das normas contabilísticas europeias com as normas internacionais de contabilidade (NIC), ou seja, visa dar seguimento ao estipulado no Regulamento n.º 1606/2002/CE. Esta Diretiva da Modernização Contabilística entrou em vigor em Portugal por transposição (*Decreto-lei n.º 35/2005 de 17 de fevereiro do Ministério das Finanças e da Administração Pública*, 2005). Por conseguinte, a partir do ano 2005, todas as entidades dos setores financeiro e de seguros, com contas consolidadas ou não, terão que apresentar as contas anuais em harmonia com as IAS/IFRS, nas quais se inclui uma maior exigência quanto à divulgação de informação empresarial.

Em 2009 foram reconhecidas as lacunas do normativo contabilístico anterior (POC), nomeadamente, em termos conceituais, de reconhecimento, mensuração e divulgação, e, devido essencialmente às maiores exigências de divulgação por parte dos *stakeholders*, (nomeadamente, entre outras, informação das entidades de caráter ambiental, social, de governança e de riscos), e foi aprovado em Portugal um novo normativo, o Sistema de Normalização Contabilística (SNC), que entrou em vigor em 1 de janeiro de 2010, (*Decreto-Lei n.º 158/2009 de 13 de julho do Ministério das*

Finanças e da Administração Pública, SNC, 2009), transpondo para a nossa ordem interna as normas europeias contabilísticas que se resumem na compatibilização com as normas IAS/IFRS emitidas pelo *International Accounting Standards Board*. Embora o SNC constitua o regime geral da contabilidade, aplicável a entidades com valores não cotados em mercados de títulos, existe uma exceção que respeita a pequenas entidades (artigo 9º do Decreto-Lei n.º 158/2009).

2.3 POC versus SNC

A partir do ano 2010, e para a generalidade das empresas, as Demonstrações Financeiras (DF) e o Anexo ao Balanço e à Demonstração de Resultados passam a ser obrigatoriamente elaborados em conformidade com o SNC. Então, em 1 de janeiro de 2010, data de transição de normativos, a generalidade das entidades tem que cumprir com todas as NCRF, das quais são de salientar:

- ✓ a norma NCRF 3 – Adoção pela Primeira Vez das Normas Contabilísticas e de Relato Financeiro, exclusivamente usada em 2010, que estipula que as primeiras DF devem incluir pelo menos informação do ano anterior (2009), transformando-a de acordo com as NCRF, para efeitos de comparação com o ano 2010 e para proporcionar um balanço de abertura de acordo com as novas normas; e
- ✓ a NCRF 6 – Ativos Intangíveis, esta por ser alvo específico do nosso trabalho. A NCRF 6 apresenta alterações importantes relativamente ao tratamento contabilístico e ao relato dado aos AI, das quais se destaca:
 - **No âmbito do reconhecimento dos Ativos Intangíveis**, no POC nada era referenciado, no SNC temos a definição e os critérios de reconhecimento (vide parágrafos 8 a 23 da NCRF 6) e é de dar ênfase ao seguinte: **o goodwill** adquirido numa concentração de atividades empresariais é reconhecido como AI mas é tratado especificamente noutra norma, a NCRF14 – Concentrações de Atividades Empresariais (NCRF 6, parágrafo 3 alínea f). Quanto ao goodwill gerado internamente não deve ser reconhecido como ativo, dado que, embora possa ser associado a benefícios económicos futuros, não preenche a condição de identificabilidade, ou seja, não é um recurso separável, não é controlado pela empresa e não pode ser fiavelmente mensurado (NCRF 6, parágrafos 47, 48 e 49). Enquanto no POC, o goodwill era registado contabilisticamente como Trespasse no Ativo e era sujeito a amortizações -

que podiam ir até cinco anos, mas caso fosse justificado poderia estender-se a vida útil até ao limite de vinte anos (Diretriz Contabilística 1); e **as despesas de instalação e de investigação** consideradas anteriormente como ativos, por não preencherem todas as condições exigidas pelo reconhecimento são registadas como gastos do período em que ocorrem (NCRF 6, parágrafos 53 e 68);

– **No que concerne à mensuração**, existem 2 modelos: o do reconhecimento inicial em que o ativo será obrigatoriamente mensurado pelo custo (de aquisição ou de produção, conforme o caso, – modelo do custo) e o do período subsequente, cujo ativo pode ser mensurado pelo justo valor (modelo de revalorização). Ao contrário do que acontecia em POC, neste os AI não podiam ser reavaliados, ou seja, só era permitida a sua mensuração pelo custo histórico (NCRF 6, parágrafo 71);

– **Relativamente às amortizações dos Ativos Intangíveis**, a grande novidade é que esta norma prevê uma diferença quanto à vida útil dos AI. Existem AI de vida útil finita, que podem ser amortizados e AI de vida útil indefinida que não devem amortizar-se, ficando obrigatoriamente sujeitos a testes de imparidade em cada período, nos termos da NCRF 12 – Imparidade de Ativos (NCRF 6, parágrafos 88, 106 e 107).

– **Em termos de apresentação das contas**, ambos os normativos, o POC e o SNC, preveem dois modelos de apresentação, o modelo geral e um modelo reduzido. Este aplica-se às entidades sujeitas à Norma Contabilística e de Relato Financeiro-Pequeñas Entidades (NCRF - PE) do SNC, e está previsto no n.º 2 do artigo 11º do Decreto-Lei n.º 158/2009 de 13 de julho, posteriormente alvo de alteração das condições de sujeição a esta norma, por implicar um universo de entidades sujeitas ao regime geral do SNC muito mais alargado. Assim, com entrada em vigor em 24 de agosto de 2010, surge a Lei n.º 20/2010 de 23 de agosto, na qual se prevê a adoção da NCRF - PE obrigatória para entidades, não sujeitas a consolidação e a certificação legal de contas e que não ultrapassam dois de três limites, que são: total do balanço – 1.500.000 €; total de vendas e outros rendimentos – 3.000.000 € e número médio de trabalhadores durante o período – 50, por analogia com o POC, no qual o modelo reduzido se aplica às entidades que não são obrigadas a dispor de certificação legal das contas, nos termos do estabelecido no artigo 3º do

Decreto-Lei n.º 410/89 de 21 de novembro (revisão do POC) e no artigo 262º do Código das Sociedades Comerciais, nos quais estão presentes exatamente os mesmos limites.

Adicionalmente, existem muitas diferenças no que concerne ao conteúdo da apresentação, por motivo da nova nomenclatura das contas e do que nelas é registado. Ainda no âmbito da apresentação, é de salientar a obrigação de apresentar duas novas demonstrações, a das alterações no capital próprio e a dos ajustamentos de transição, embora a apresentação desta última só seja obrigatória uma vez, na data da transição do POC para o SNC, ou seja, em 2010. Também é de evidenciar uma alteração na apresentação da demonstração dos fluxos de caixa, com a obrigatoriedade dela ser elaborada pelo método direto, ao contrário do POC, que possibilitava a apresentação usando os métodos direto e indireto.

– **No que se refere à divulgação**, constante dos pontos 117 a 123 da NCRF 6, as grandes alterações decorrem da verificação de grandes mudanças quer no reconhecimento dos AI, quer na sua mensuração e nas amortizações dos mesmos. Em termos resumidos é obrigatório divulgar: para cada classe de ativos intangíveis, distinguindo entre os ativos intangíveis adquiridos separadamente e os gerados internamente, as vidas úteis se são indefinidas ou finitas. Se forem finitas, deve relatar as vidas úteis ou as taxas de amortização usadas; os métodos de amortização; a quantia bruta escriturada e qualquer amortização acumulada (adicionada às perdas por imparidade acumuladas) no começo e fim do período. Se forem indefinidas, deve divulgar a quantia escriturada; os fatores explicativos que fundamentam a atribuição de vida útil indefinida; a quantia escriturada no começo e fim do período. É ainda necessário apresentar, uma descrição, a quantia escriturada e o período de amortização restante de qualquer AI individual materialmente relevante; relatar sobre AI adquiridos através de subsídios de governo, distinguindo o reconhecimento inicial e o subsequente; o modelo de mensuração e a quantia escriturada; identificar os AI e seus valores cuja titularidade esteja restringida por qualquer ónus ou tenham sido dados como garantia de passivos e, relatar ainda, as quantias dos compromissos contratuais para aquisição de AI. Se a empresa adotar o modelo de revalorização deve divulgar para cada classe de AI, a data da eficácia da revalorização, a quantia escriturada dos AI revalorizados e a quantia escriturada que teria sido reconhecida se tivesse sido mensurada pelo modelo de custo.

Por fim, exige-se a divulgação do montante total do dispêndio em pesquisa e desenvolvimento.

O anterior normativo é muito parco e estático em detalhes a divulgar. Realce-se que só se solicitava em cinco das quarenta e oito notas do Anexo ao Balanço e à Demonstração dos Resultados. Pedia-se informações acerca dos critérios valorimétricos e métodos de cálculo relativos às rubricas do balanço e da demonstração de resultados (nota 3); comentários sobre as contas de Despesas de Instalação e Despesas de I&D (nota 8); justificação da amortização dos trespases em mais de 5 anos (nota 9); informação sobre os movimentos ocorridos nas contas do Imobilizado e respetivas Amortizações inseridos no balanço e demonstração dos resultados (nota 10) e ainda, por força da Diretriz Contabilística n.º 7, a divulgação da quantia total do esforço em I&D que tenha sido reconhecido como custo no período contabilístico, (nota 48 em alínea específica).

3. Revisão da literatura

3.1 Teorias da Divulgação

A decisão de divulgar informação empresarial é muito importante e a prática dessa divulgação é complexa e é influenciada por fatores internos (que integram as características das empresas, tais como, a dimensão, o tipo de indústria, a *listing status* e a qualidade da auditoria) e externos (os quais estão relacionados com o contexto ambiental em que opera a empresa, como a cultura, o sistema legal e a base institucional) (Khelifi & Bouri, 2010).

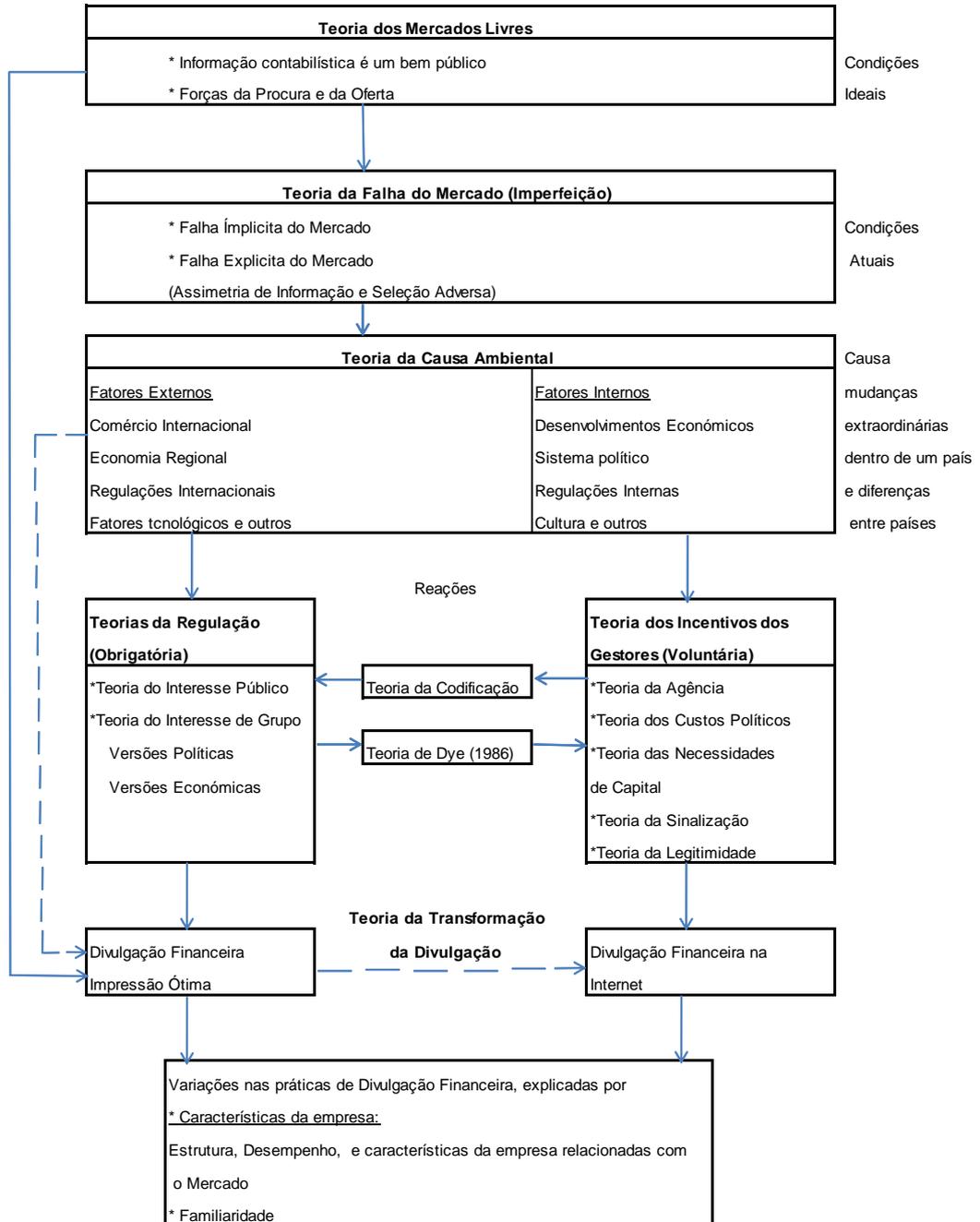
Vários estudiosos do tema da divulgação e dos seus determinantes concluíram que não existe só uma teoria explicativa e abrangente da divulgação empresarial mas várias. Vai dar-se ênfase a dois trabalhos de investigação sobre as teorias da divulgação.

O primeiro é um ensaio sobre a divulgação de Verrecchia (2001), refere a redução da assimetria de informação como forma de promover uma escolha eficiente de divulgação, de incentivar o próprio relato e as interações entre os diversos investidores. E, sustenta que a divulgação é uma questão abrangente que abarca 3 tipos de literatura, a contabilística, a financeira e a económica. Por isso, no seu estudo procura dar um contributo para uma teoria abrangente da divulgação, sugerindo três categorias de pesquisa da divulgação na contabilidade: “*divulgação baseada na associação*” - na qual se estuda como é que a divulgação afeta os fenómenos do mercados de capitais, ou seja, após a divulgação de um facto como é que o indivíduo ou os agentes investidores atuam ou se comportam (efeitos exógenos da divulgação); “*divulgação baseada na discricionariedade*” - analisa os estímulos dos gestores ou das empresas para divulgar informação que eles conhecem, ou seja, discute como os gestores ou as firmas exercem a discricionariedade na divulgação da informação (efeitos endógenos da divulgação, ou ex-ante) e “*divulgação baseada na eficiência*” - estuda as escolhas de divulgação incondicional, isto significa, que se trata de discutir os arranjos de divulgação, quais são os preferidos, no caso de não existir conhecimento prévio (Verrecchia, 2001).

Por outro lado, o trabalho de Alberti-Alhtaybat, Hutaibat, e Al-Htaybat (2012), tem como desiderato criar um mapa das teorias explicativas da divulgação empresarial, para fazer face aos problemas de assimetria de informação e seleção

adversa. Seguidamente, no Mapa 1, faz-se a apresentação do mapa após respetiva tradução.

Mapa 1 - Teorias de Divulgação Empresarial



Fonte: Adaptado de Alberti-Alhtaybat, et al. (2012, p.87)

Assim, Alberti-Alhtaybat *et al.*, (2012) defendem a existência de diversos tipos de teorias explicativas da divulgação:

- **a teoria dos mercados livres ou perfeitos**, é baseada em dois pressupostos principais: a informação contabilística e financeira é tratada como um bem público, portanto, disponível para todos, ao mesmo custo e o mercado de capitais é eficiente, isto é, reflete completamente a informação disponível. A realidade infirma esta teoria;
- **a teoria da falha do mercado** tem como suporte a premissa de que mercados não regulamentados levam a uma afetação de recursos não eficiente e tal acontece por diversas razões, uma prende-se com o controlo “monopolista” da informação contabilística por parte dos contabilistas sobre os gestores, outra deriva da existência de investidores que não dominam algumas técnicas e transformações complexas da contabilidade e, ainda, há falha quando o investidor tem de mudar o processo de decisão em resposta a alteração nos métodos contabilísticos (falha implícita de mercado). A falha no mercado também ocorre pela assimetria de informação entre os *stakeholders* e pela seleção adversa, dado que os gestores e os empregados têm mais informação sobre a situação corrente e futura da empresa do que os interessados externos à entidade. Também existe o mesmo problema, quando há separação entre propriedade e controlo nas empresas com ações e obrigações (falha explícita de mercado);
- **a teoria da causa ambiental** baseia-se na hipótese de que existem fatores ambientais (sociais, económicos, culturais, políticos, legais e de comércio internacional), e tecnológicos (desenvolvimento das tecnologias de comunicação, como a internet, os telemóveis, e a evolução dos sistemas de software) que afetam a divulgação e as práticas contabilísticas;
- **a teoria da regulação**, assenta na premissa de que a legislação contabilística é vista como forma de “combater as imperfeições do mercado” e, assim, os requisitos de divulgação obrigatória são considerados como uma parte da solução para os problemas da assimetria de informação e seleção adversa. Os autores subdividem esta teoria em duas outras que são, a teoria do interesse público (em que se assume que as normas são construídas no superior interesse da sociedade) e a teoria do interesse de grupo (que suporta a ideia de que para proteger e maximizar o interesse do grupo são criados “lobbies” com vários tipos de regulação). Contudo, esta teoria não contempla todos os

itens de divulgação, designadamente os intangíveis; e, como resposta os autores identificam:

- **a teoria dos incentivos dos gestores**, na qual é reconhecida a insuficiência da regulação para mitigar os problemas da divulgação porque em empresas com altas oportunidades de crescimento, a assimetria de informação é elevada, então, os gestores com o objetivo de a reduzir, fazem divulgação de informação adicional e voluntária, quer através de informação impressa quer através da internet. Esta teoria é considerada como a parte restante da solução dos problemas da divulgação. Incluem-se aqui as seguintes teorias: de agência, dos custos políticos, das necessidades de capital, da sinalização e da análise custo-benefício, que vão ser abordadas mais adiante.

Os autores fazem ainda referência a três outras teorias que servem para explicar as inter-relações entre as divulgações voluntárias e obrigatórias, são elas: a **teoria da codificação**, na qual se prevê que as normas e os requisitos de divulgação obrigatória dependem das práticas de divulgação voluntária, através da sua codificação; a **teoria de Dye** que preconiza que o aumento da divulgação obrigatória conduz ao incremento dos incentivos dos gestores para divulgar voluntariamente informação, como forma de se diferenciar a empresa das outras no mercado e maximizar o valor da ação e, por essa via, atrair investidores; e a **teoria da divulgação na internet**, que *preceitua* que a divulgação empresarial evoluiu da forma impressa para a eletrónica em resposta aos desafios colocados pelo desenvolvimento tecnológico, (designadamente, as redes de comunicação) e, na sequência do crescimento das necessidades de informação por partes dos seus utilizadores, já que a internet apresenta características de interatividade, acessibilidade e detalhe não disponíveis no formato tradicional de impressão.

De seguida são pormenorizadas teorias de divulgação com recurso ao preconizado em alguns estudos prévios.

A **teoria da agência** tem como suporte a relação entre os agentes dos proprietários do capital das empresas (ou seja, os gestores) e os acionistas. E os problemas de agência ocorrem quando há acionistas que pertencem aos órgãos de gestão, assim, se gerando conflitos de interesse que levam ao estímulo para não divulgar. Os custos de agência aumentam à medida que a estrutura da propriedade se torna mais difusa porque há mais probabilidade de conflitos de interesses com os proprietários (Fama & Jensen, 1983). E, em conformidade com esta teoria, a divulgação voluntária de informação tende a reduzir os custos de agência, uma vez

que a divulgação funciona como ferramenta para a diminuição dos conflitos de interesse quer entre os gestores e acionistas, quer entre a empresa e os seus credores. Assim, a divulgação assume o papel de mecanismo de controlo do desempenho dos gestores. A divulgação voluntária de informação, para além de permitir a diminuição dos conflitos de interesse entre externos e internos à organização, possibilita também a gestão da visibilidade das políticas empresariais. O conflito de interesses gera custos políticos e estes andam associados à divulgação, conforme evidência empírica encontrada (Cooke, 1989; Raffournier, 1995). Isto significa que a empresa ao aderir a regras de proteção ambiental visa evitar tensões negativas, dado que as consequências dessas tensões implicam descidas no valor da sua riqueza, devido aos custos políticos que forçosamente têm que suportar (Khlifi & Bouri, 2010). Para explicar as variações da divulgação com base na teoria da agência, além dos autores referidos acima, muitos outros se debruçaram sobre este tema (Martins, 2012 ; Oliveira, Rodrigues, & Craig, 2011; Oliveira *et al.*, 2006; Ousama, Fatima, & Hafiz-Majdi, 2012; Wallace & Naser, 1995; Wallace, Naser, & Mora, 1994).

A **teoria dos custos políticos** é explicada no estudo que rodeia as teorias explicativas da divulgação e, por recurso à citação de Deegan (2009), sustenta-se que a empresa enfrenta custos como resultado da atenção que sobre ela recai por parte do Estado ou de outros grupos. Essa atenção pode ser concretizada através do aumento de impostos e taxas, pagamentos ou boicotes aos seus produtos. Assim, a empresa pode adotar políticas no sentido de reduzir ou diferir os ganhos ou evitar a tal atenção, mas isto tem implícito um pressuposto de que a empresa é de grande dimensão. Os gestores das maiores e mais rentáveis empresas estão mais sob a mira do público e, por consequência, terão mais incentivos a divulgar voluntariamente, para diminuir os custos políticos. Esta teoria é normalmente utilizada em estudos de investigação sobre a variação do nível de divulgação quando está em causa a dimensão como variável explicativa da divulgação (Alberti-Alhtaybat *et al.*, 2012; Kang & Gray, 2011; Li *et al.*, 2008; Lopes & Rodrigues, 2007; Macagnan, 2009; Oliveira *et al.*, 2006; Tsalavoutas, 2011; Wallace *et al.*, 1994; Williams, 2001).

Teoria das necessidades de capital foi igualmente tratada no estudo de Alberti-Alhtaybat *et al.* (2012), invocado anteriormente, que cita Core (2001); Choi (1973); Meek *et al.* (1995) e Suwaidan (1997), e refere que as empresas com necessidades de financiamento externo para as suas atividades, satisfazem-nas ou por emissão de novas ações ou através de novos empréstimos. As empresas que se encontram nestas circunstâncias tendem a relatar mais informação, além da obrigatória, para reduzir a incerteza quanto à obtenção de ganhos futuros e respetiva

data, permitindo aos investidores a tomada de decisões e às empresas aumentar o seu capital ao melhor custo possível (Alberti-Alhtaybat *et al.*, 2012; Ousama *et al.*, 2012).

Análise custo-benefício trata-se de uma teoria que explica as razões para a divulgação voluntária, e estabelece uma comparação entre os custos para obter a informação (de recolha, de supervisão, de auditoria, de disseminação e de taxas legais) e os benefícios que podem derivar da divulgação dessa mesma informação. Os gestores são incentivados a divulgar quando os benefícios são maiores que os custos do relato (Cooke, 1992). Esta teoria foi também abordada no estudo que analisa as teorias explicativas da divulgação, recorrendo à citação de Meek *et al.* (1995), e argumentando que os gestores devem fazer um balanço entre um custo de capital baixo, informação adicional e os custos que andam ligados à dita divulgação (Alberti-Alhtaybat *et al.*, 2012).

A **teoria da legitimidade** pressupõe que as empresas nas suas atividades estão sujeitas a certas normas e padrões emitidos pelas entidades reguladoras. Assim, os sistemas legais condicionam as atividades negociais e o seu não cumprimento implica custos de ajustamento ou custos políticos e custos de assimetria de informação. Por isso, as empresas são incentivadas a divulgar informações para mitigar esses custos (Silva, Rodrigues, & Muñoz Dueñas, 2012). De acordo com António *et al.* (2012, p. 105) “(...) A teoria da legitimidade centra-se no tipo de informação que é divulgada e na mensagem que a empresa pretende transmitir(...)”. Esta teoria refere que as organizações têm permanentemente um escopo que é garantir que as suas atividades se realizam dentro dos limites legais, nos respetivos países, pressupondo-se a existência de um “contrato social” entre a empresa e a sociedade em que ela opera. Então, atendendo à teoria da legitimidade, prevê-se que as empresas façam divulgação voluntária das suas atividades se a gestão perceber que essas atividades são expectáveis por parte das comunidades em que ocorrem (Guthrie, Petty, Yongvanich, & Ricceri, 2004). Estes mesmos autores citam Lindblom (1994), que propõe que quando a legitimidade de uma organização está posta em causa, poderão ser acionadas várias estratégias de combate, como: educar e informar o seu público-alvo sobre as mudanças no desempenho e nas atividades da organização, alterar as perceções do seu público-alvo não mudando o atual comportamento, manipular as perceções do seu público-alvo desviando a sua atenção para outras questões diferentes e ainda, alterar as expectativas externas quanto ao desempenho da organização. Podendo usar a divulgação externa para implementar cada uma destas estratégias e, ainda, para demonstrar as preocupações dos gestores

quanto aos valores sociais ou para direcionar a atenção da comunidade de um impacto negativo resultante das suas atividades.

Khelifi e Bouri (2010) defendem o uso da teoria política e económica no âmbito da contabilidade, dado que as empresas necessitam de legitimar as suas atividades em termos sociais, económicos e políticos. Então, a divulgação voluntária funciona como resposta positiva às pressões sociais exercidas sobre as empresas. Os defensores desta teoria sustentam que no sistema de relato existente só relevam os direitos dos acionistas e despreza-se o bem-estar social. A teoria da legitimidade tem sido utilizada para explicar a razão que leva as empresas a divulgarem voluntariamente detalhes do seu capital intelectual (Khelifi & Bouri, 2010).

A **teoria da sinalização** baseia-se no pressuposto de que empresas com baixo rácio de alavancagem são motivadas a dar sinais ao mercado sobre a sua estrutura financeira e, por isso, é expectável que divulguem mais informação voluntariamente. Embora deva ser salvaguardada alguma cautela na interpretação dos resultados obtidos nos estudos, dados os diferentes contextos sociais, geográficos, legais e institucionais em que são realizados e os temas e objetivos específicos dos estudos empíricos, encontra-se os que contrariam a teoria, ou seja, há evidência que não sustenta a hipótese da relação entre endividamento e divulgação (Depoers, 2000; Oliveira *et al.*, 2006; Raffournier, 1995). A premissa desta teoria é posta em causa noutro estudo, porque os resultados mostram uma relação positiva entre as empresas australianas altamente alavancadas e a divulgação (Whiting & Woodcock, 2011). Noutros, a alavancagem é um fator que influencia a divulgação do capital intelectual (Lopes & Rodrigues, 2007; Ousama *et al.*, 2012; Wallace & Naser, 1995; Wallace *et al.*, 1994; Williams, 2001). Kateb (2012) considera a alavancagem como determinante da divulgação numa categoria do capital intelectual, o designado capital estrutural ou capital interno.

Outra formulação da teoria da sinalização, parte da consideração de ser ela a teoria que melhor explica a assimetria de informação, e os autores exemplificam com a inexistência de diferença no preço no mercado de produtos de alta qualidade e de baixa qualidade. Os vendedores podem escolher entre, retirar o seu produto do mercado, forçar o mercado a adaptar os preços de acordo com a média de qualidade dos produtos ou fornecer/divulgar mais informação ao mercado sobre o seu produto (Alberti-Alhtaybat *et al.*, 2012).

A **teoria dos stakeholders** estabelece uma responsabilidade organizacional na divulgação de informações, reconhecendo as DF como a principal fonte de relato

das empresas (Silva *et al.*, 2012). Estes autores, citando Oliveira *et al.* (2006), referem que devido ao aumento da propriedade de ativos intangíveis por grupos e à complexidade da realidade económica, os utilizadores das DF não vão usufruir de uma imagem verdadeira da realidade das empresas. Esta teoria sugere que os *stakeholders*, e não só os acionistas e credores, têm o direito à informação sobre o desempenho das organizações, não confinada aos aspetos económico e financeiro, deve integrar também os níveis ambiental, social e intelectual. Este é um tipo de informação que ultrapassa a divulgação obrigatória (Guthrie *et al.*, 2004).

Conforme o descrito e, na esteira dos autores do estudo que analisam as teorias explicativas da divulgação, podemos inferir que as teorias de divulgação são várias, cada uma desenvolve um certo ponto de vista sobre a questão da divulgação empresarial e que na prática as divulgações obrigatória e voluntária estão correlacionadas. É forçoso destacar também que, nenhuma das teorias por si só consegue explicar as variações de divulgação dentro de um país, nem reflete a razão das empresas existentes num país com altos requisitos contabilísticos continuarem a divulgar informação adicional voluntariamente, nem tão pouco justificam o motivo pelo qual a internet se tornou, num período curto, num canal de divulgação de informação tão importante (Alberti-Alhtaybat *et al.*, 2012).

3.2 Contributo para a definição de Intangíveis

O tema dos intangíveis foi e continua a ser fonte de variadíssimas pesquisas. Contudo, parece ainda existir algum caminho a percorrer até ao consenso amplo quanto à sua natureza económica, às suas definição e classificação.

Os termos intangíveis, CI e conhecimento são usados como equivalentes para qualificar os recursos das organizações capazes de gerar ganhos empresariais, não têm substância física e podem ou não ser alvo de relato nas demonstrações financeiras das empresas. Intangível é uma palavra mais usada na terminologia contabilística, enquanto o termo capital intelectual está mais ligado à literatura dos recursos humanos (MERITUM, 2002).

Os investimentos intangíveis parecem ser atualmente uma das principais preocupações das empresas para desenvolverem ou manterem vantagens competitivas, dado que possibilitam ganhos futuros. Mas esta última característica também existe nos ativos tangíveis, uma vez que estes potencialmente geram

benefícios futuros (Cañibano *et al.*, 2000). No entanto, existem casos de investimentos intangíveis que não são reconhecidos como ativos, como é o caso das despesas de instalação, despesas de pesquisa, despesas de formação, despesas de promoção e marketing, que são registados como gastos e afetam os resultados e outros casos pura e simplesmente não são relevados nas demonstrações financeiras das empresas, por exemplo, a cultura empresarial, a fidelidade dos clientes, a satisfação dos empregados, a experiência e *know-how*.

Na IAS 38 - Ativos Intangíveis, o conceito de ativo intangível é apresentado como um ativo identificável, não monetário, sem substância física, que é controlado pela empresa e que ela usa na sua atividade de produção de bens e serviços, ou em aluguer a terceiros ou para fins administrativos e do qual se esperam benefícios económicos futuros. Esta definição é muito próxima da prevista na NCRF 6 parágrafo 8, uma vez que esta apenas não contempla a finalidade dos ativos intangíveis (NCRF, 2009)

Ativos Intangíveis correspondem a recursos ou investimentos intangíveis, (sistemas de informação, sistemas de redes, bases de dados, marcas e patentes, licenças, direitos de propriedade, entre outros), que são reconhecidos no balanço das empresas e dos quais são relatados pormenores, por isso, trata-se de um conceito menos abrangente que o dos intangíveis e CI.

O CI numa organização pode associar-se ao “resultado do processo de transformação do conhecimento em ativos intelectuais” (Martins, 2005, p. 33). Sugere-se que o CI deve ser reconhecido como recurso estratégico, que influi no desempenho financeiro e na capitalização de mercado.

Em concordância com diversos estudos o Capital Intelectual não apresenta uma concetualização de consenso, existem várias formas de o abordar (Beattie & Thomson, 2007; Branco, Delgado, Sá, & Sousa, 2010; Guthrie *et al.*, 2004)

Segundo o Projeto MERITUM o CI pode ser entendido sob dois pontos de vista, um estático, em que relevam os recursos intangíveis ou baseados em conhecimento existentes numa organização num certo período de tempo (conceito de *stock*), e outro dinâmico, (conceito de fluxo), no qual os recursos baseados em conhecimento são usados e interagem com os outros recursos (atividades intangíveis) para atingir os objetivos da organização, seja na criação de novos intangíveis ou no aumento de valor dos existentes (MERITUM, 2002).

Há ainda a realçar 3 tipos de definições do CI ou dos intangíveis.

A primeira é a que acentua o potencial para a criação de valor e de vantagens competitivas para a empresa e como fator primordial para o seu crescimento (Lev & Zambon, 2003). Há autores que definem CI como os recursos baseados em conhecimentos e competências profissionais, experiências, boas relações e capacidades tecnológicas que, se aplicadas, geram vantagens competitivas para as empresas (Li *et al.*, 2008). O conceito de CI, dado por outros autores, é entendido como o conhecimento, a informação, a propriedade intelectual e a experiência usados na empresa como fonte de criação de valor e, dessa maneira, assume-se com natureza intangível, a qual o torna diferente de todos os outros recursos da empresa (Ferreira, 2008; García-meca, Parra, Larrán, & Martínez, 2005; Sousa, 2009).

A segunda definição do CI identifica-o com a diferença entre o valor de mercado e o valor contabilístico da empresa. Assim, Edvinsson (1999), considera que o CI é a parte oculta do valor da empresa e integra AI que não são reconhecidos nas demonstrações financeiras das empresas (Ferreira, 2008; Sousa, 2009). Neste mesmo sentido, há um artigo de (Lev, 2003) aponta como medida do CI ou dos AI esta diferença entre valor de mercado e o valor contabilístico da empresa e, como confirmação, o autor invoca uma série de exemplos, dos quais se destaca uma das 70 aquisições de empresas feita pela CISCO, por 7 biliões de dólares EUA, sendo o respetivo volume de negócios de toda a sua existência de 15 milhões de dólares EUA e remata que a discrepância de valores se deve aos AI da empresa. De acordo com Brooking (1996), o CI é a combinação de ativos imateriais que permitem o funcionamento da empresa e é dado pela diferença entre o valor de mercado e o valor contabilístico da empresa. Esta última definição é igualmente apreendida em outros estudos mas reconhecida como limitada por não dar qualquer informação sobre os componentes do CI (Oliveras *et al.*, 2008; Singh & Kansal, 2011). Em oposição, Miller e Whiting (2005), que defendem que esta diferença pode não corresponder ao CI mas sim a uma valorização indevida dos ativos da empresa, resultantes da especulação bolsista ou dos efeitos das expectativas de crescimento da empresa.

A terceira definição do Capital Intelectual surge como resposta dos investigadores às limitações da segunda e relaciona-se com a descrição dos seus componentes, que são considerados “condutores de valor intangível” das organizações e que constituem o elemento chave para a realização de valor da empresa, no futuro (Ashton, 2005).

Há quase concordância entre os autores que sustentam que o Capital Intelectual é um conjunto formado por 3 categorias de elementos que são “condutores

de valor intangível”, o Capital Humano, o Capital Organizacional ou Estrutural ou Interno e o Capital Relacional ou Externo.

Esta definição do Capital Intelectual que corresponde a um somatório de 3 categorias, é inicialmente apontada num quadro proposto em 1996 por Brooking (1996), posteriormente alvo de algumas alterações, das quais se destaca a proposta do guia MERITUM (2002) e em diversos estudos nos quais é feita a abordagem da categorização do Capital Intelectual (Beattie & Thomson, 2007; Branco *et al.*, 2010; Branco, Delgado, Sousa, & Sá, 2011; Curado, Henriques, & Bontis, 2011; Ferreira, 2008; Gkinoglou, 2011; Patrícia Gomes, Serra, & Ferreira, 2007; Guthrie *et al.*, 2004; Li *et al.*, 2008; Martins, 2012 ; Morariu, 2012; Oliveira *et al.*, 2006; Orens, Aerts, & Lybaert, 2009; Singh & Kansal, 2011; Striukova, Unerman, & Guthrie, 2008; Vergauwen, Bollen, & Oirbans, 2007; Whiting & Woodcock, 2011).

No que respeita á noção de cada uma destas 3 categorias, e como ponto de partida para a sua compreensão, destaca-se o Quadro 1 de Ferreira (2011) que utiliza 3 categorias do Capital Intelectual mas com outra nomenclatura para o Capital Relacional ou Externo a que chama de “Infraestruturas externas” e para o Capital Interno ou Estrutural ou Organizacional que designa por “Infraestruturas internas”.

Quadro 1 - “Categorias e principais elementos dos ativos intangíveis/capital intelectual”

Categoria	Descrição	Componentes
Capital humano	<p>Incluem-se nesta categoria elementos relacionados com os recursos humanos.</p> <p>Os elementos compreendidos nesta categoria não são propriedade da organização, mas sim das pessoas que nela trabalham.</p>	<p>Qualidades das pessoas: competência, educação, experiência, conhecimento, criatividade, liderança, capacidades (de agir em diferentes situações, de inovação).</p>
Infraestruturas internas	<p>Conjunto de estruturas e meios necessários ao funcionamento da atividade e que contribuem para atingir os objetivos da organização.</p> <p>Diz respeito aos elementos relacionados com as práticas e processos da organização e inclui os elementos de propriedade intelectual.</p>	<p>Processos e práticas da organização, computadores, software, bases de dados, sistemas de informação, tecnologias, cultura da organização.</p> <p>Elementos de propriedade intelectual, tais como patentes, copyrights, trade secrets, trademarks, e outros recursos similares que garantem o seu reconhecimento como direitos de propriedade legalmente protegidos.</p>
Infraestruturas externas	<p>Inclui elementos relacionados com as relações estabelecidas entre a organização e entidades externas (stakeholders).</p>	<p>Relações com clientes, fornecedores e outras entidades, fidelidade e satisfação dos clientes, marca, reputação (imagem), canais de distribuição, licenças e contratos.</p>

Fonte: Ferreira (2011, p. 19)

Verifica-se a quase anuência dos autores em torno da tripla dimensão do CI. Contudo, Habersam e Piber (2003), apresentando uma exceção, analisando o CI em hospitais de Itália e Áustria constatam que existe uma ligação entre as 3 categorias do CI que é designada de Capital Conectividade sendo formado pelas interligações das

três categorias anteriores. A título de exemplo, os mesmos autores apontam a “conectividade” entre o capital relacional e humano, porque a reputação, credibilidade e confiança mútua resultam das competências pessoais e da percepção dessas mesmas competências por doentes, colegas de profissão e outros *stakeholders* (externos ao hospital) e propõem como indicador desta “conectividade” o número de consultas e encontros com colegas para discutir questões profissionais. Esta noção de que o Capital Intelectual é mais do que a soma das 3 categorias encontra-se já prevista no Guia MERITUM, mas aqui não foi identificada a quarta categoria integrante do CI (MERITUM, 2002).

Mas, como essa quarta categoria do CI envolve práticas de mensuração quantitativas e qualitativas (métricas financeiras e não métricas), é relacionada com o “*capital black box*”, e é reconhecida como fonte de soluções complexas e até ambíguas, não obstante, confirma-se como causa da tomada das melhores decisões (Habersam & Piber, 2003). A grande maioria dos estudos divide o CI em três categorias e estas, por sua vez, são constituídas por número variável de elementos. Também aqui os estudos não são coincidentes. Veja-se o estudo de Whiting e Woodcock (2011) que defendem que esse número pode variar entre 18 e 25. Contudo, Curado et al. (2011) apresentam uma proposta de um quadro integrado sobre a divulgação do Capital Intelectual que aponta para **42** elementos constitutivos do Capital Intelectual, 13 dos quais referentes ao capital humano, 8 do capital externo ou relacional e 21 do capital interno ou estrutural ou organizacional. Por sua vez, Li et al. (2008), apresenta uma lista de **61** elementos, sendo o capital humano constituído por 22 elementos, 18 pertencem ao capital interno ou estrutural e 21 ao capital externo ou relacional. Não obstante, Vergauwen et al. (2007) propõem **108** elementos, sendo 46 relativos ao capital interno ou estrutural ou organizacional, 29 correspondem ao capital externo ou relacional e os restantes 33 são referentes ao capital humano. Macagnan (2009) apresenta, em 2009, um estudo sobre divulgação voluntária de recursos intangíveis identificando **123** componentes do CI, sendo 30 respeitantes ao capital humano, 50 ao capital externo ou relacional e 43 capital interno ou estrutural ou organizacional. E é ainda de referir o estudo de Beattie e Thomson (2007), no qual os autores identificam **128** componentes, dos quais 54 do capital humano, 36 referentes ao capital externo ou relacional e 38 capital estrutural ou interno ou organizacional.

Assim, a lista de componentes do Capital Intelectual difere muito de estudo para estudo e, segundo Ferreira (2008), em citação de Bukh e Johanson (2003), não há uma norma para selecionar essas subcategorias do CI. Tal escolha parece derivar

em parte da subjetividade do próprio investigador, do tipo de estudo que se propõe realizar e da amostra selecionada.

Esta disparidade de opiniões quanto aos componentes do CI é um incentivo à construção de uma listagem de elementos constituintes do CI, com base em alguma literatura disponível para determinar quais são mais usados, tendo como número máximo de elementos do CI trinta e dois. A listagem encontra-se no Anexo 8.2 e designa-se por Mapa das Categorias do CI. Constata-se neste mapa a variabilidade dos componentes de cada categoria do CI, mas pode concluir-se que a maioria dos estudos analisados opta por selecionar os seguintes elementos, que se encontram presentes em todos os estudos analisados, no que concerne ao capital humano (CH): educação, conhecimentos relacionados com o trabalho e empreendedorismo / inovação / flexibilidade / lealdade, nos elementos do capital relacional ou externo (CR) incluem-se: os acordos de colaboração em negócios e os acordos de licenciamento e certificação e, nos elementos do capital estrutural interno ou organizacional (CE) considera-se a propriedade intelectual (ou patentes, marcas comerciais e direitos de autor), a cultura da empresa, os processos de gestão e os sistemas de informação.

O debate intenso que continua a ocorrer em torno do tema do Capital Intelectual pode centrar-se em 4 pontos principais: diversas abordagens na concetualização do CI; a ênfase continua a ser colocada na representação do Capital Intelectual em formas de métricas; há quem aponte que a sua representação pode ser feita com recurso a formas não métricas; e existe alguma sintonia quanto à composição tripartida do CI - CE, CR e CH - (Habersam & Piber, 2003).

Pode-se, por fim, e citando Petty e Guthrie (2000), inferir que os “Ativos Intangíveis contabilísticos” pertencem ao conjunto dos elementos intangíveis ou do CI, (Striukova *et al.*, 2008, p. 298), porque este inclui todos os tipos de intangíveis que pertencem ou podem ser usados pelas organizações empresariais (MERITUM, 2002). E, uma vez que existem elementos intangíveis não relevados no balanço por não preencherem os requisitos de reconhecimento, conseqüentemente, as demonstrações financeiras não apresentam uma imagem verdadeira e apropriada das empresas, contribuindo assim para a apreensão incompleta da sua posição financeira (Cañibano *et al.*, 2000).

3.3 Adoção das IAS/IFRS

Existem vários estudos sobre a adoção das IAS/IFRS.

Tsalavoutas (2011) analisa o cumprimento dos requisitos de divulgação obrigatória das normas IFRS em 2005, que é o primeiro ano da sua implementação, em 153 empresas gregas cotadas na bolsa de valores grega. Foram efetuados os seguintes testes de hipóteses: a) a eventual associação entre a divulgação obrigatória das normas IFRS e as mudanças provocadas pela transição para IFRS nos rendimentos dos acionistas e b) a eventual relação entre a divulgação obrigatória das normas IFRS e as alterações no lucro líquido em resultado da implementação das IFRS. Os resultados encontrados confirmaram ambas as hipóteses e constata-se um nível médio de cumprimento da divulgação obrigatória das normas IFRS baixo nas empresas da amostra, com desvios-padrão de 10% e 8% conforme o método usado para medir o cumprimento das normas, respetivamente, método *PC-Partial Compliance* e método *Cooke*. Não obstante, existem cerca de 20% das empresas que cumprem em mais de 90% com todos os requisitos de divulgação obrigatória. Estes resultados podem derivar da abordagem condescendente do regulador grego quanto ao cumprimento das normas IFRS durante os primeiros anos da sua adoção, os fracos mecanismos de execução e também podem ser um indicador da pouca familiaridade dos contabilistas e auditores gregos com as novas normas. Para além disto, o estudo permite a identificação dos fatores explicativos do nível de divulgação obrigatória como, o tipo de auditor, as alterações no resultado líquido e no património dos acionistas devido à transição para as IFRS.

Lopes e Rodrigues (2007) analisaram o nível de divulgação dos Instrumentos Financeiros tendo por base uma amostra de empresas portuguesas com valores cotados na Euronext Lisboa, no final de 2001, tendo concluído que o nível de divulgação dos Instrumentos Financeiros, (num contexto de falta de normas reguladoras portuguesas para este tipo de ativos, uma vez que a obrigatoriedade de adoção das IAS só ocorre em 2005), está significativamente relacionado com certas características das empresas como a dimensão, o tipo de auditor, *listing status* / lista de empresas cotadas e o setor económico (financeiro/não financeiro). Mais ainda, dado que o índice de divulgação é baseado nas IAS 32 - Instrumentos Financeiros: Apresentação e IAS 39 - Instrumentos Financeiros: Reconhecimento e Mensuração, os resultados mostraram que as empresas de maiores dimensões, se forem cotadas em mais do que um mercado de capitais e, se forem auditadas por uma das 5 maiores empresas internacionais, mais cumprem com os requisitos das normas IAS 32 e 39.

Para determinar o nível de harmonização entre a IAS 39 – Instrumentos Financeiros (IF) e a prática de relato dos instrumentos financeiros de uma ampla amostra de 203 empresas europeias com valores cotados em 2005, Morais e Fialho (2008) realizaram uma análise de regressão para identificar as características específicas das empresas que influenciam o grau de harmonização da prática de relato dos IF, sabendo-se que esta foi a norma que mais controvérsia causou porque obriga à adoção do justo valor (JV) para mensurar os IF. Tal implica a existência de um mercado ativo para se poder mensurar os IF pelo JV, caso contrário, terá que ser estimado. Esta situação constitui uma oportunidade para a manipulação, já que a estimação de variáveis é imperfeita e o uso dos modelos de avaliação do JV é inadequado e imperfeito. Os resultados deste estudo mostram um alto grau de observância dos requisitos de mensuração na IAS 39, no primeiro ano da adoção obrigatória desta norma. Embora haja diferenças entre os países, elas não constituem fatores explicativos do cumprimento e, quer os fatores institucionais quer as características das empresas (dimensão, tipo de indústria ou setor, rendibilidade, *listing status* e tipo de auditor) não influenciam o nível de cumprimento dos requisitos da IAS 39. Constata-se que os resultados deste estudo contrariam os estudos prévios efetuados, quando a adoção das IFRS/IAS era ainda voluntária, que postulavam não ser a harmonização das normas contabilísticas condição necessária e suficiente para a harmonização das práticas contabilísticas. As autoras consideram os resultados obtidos como “um sinal positivo para a harmonização do relato financeiro das empresas europeias” (Morais & Fialho, 2008, p. 232).

Gomes, Serra e Ferreira (2005) analisaram o grau de adaptação à IAS 38 – Ativos Intangíveis tendo por base uma amostra de 49 empresas portuguesas com valores cotados na Euronext Lisboa em 2003, analisando os respetivos relatórios e contas anuais disponibilizados em páginas da internet ou pela CMVM. Foi elaborada uma grelha com os aspetos fundamentais da IAS 38, suportada por uma análise de conteúdo da norma, designadamente, reconhecimento, mensuração e avaliação e relato, amortizações dos AI, entre outros, e foi feita uma comparação da IAS 38 com o POC e a DC7, a qual permitiu concluir a existência de procedimentos distintos: para o reconhecimento das despesas de I&D, formação, publicidade e de instalação e arranque e para a questão da vida útil dos AI. Na avaliação subsequente dos AI também se constata dissemelhanças, dado que na IAS se prevê dois métodos de avaliação dos AI, o do custo e o de revalorização enquanto no POC só é admitido o primeiro. Na apresentação e relato, na IAS 38, é exigido um conjunto de informações sobre os AI, nomeadamente, a sua descrição detalhada, se foram comprados ou

gerados internamente, o que não acontece no POC. Por isso, os autores aferiram um baixo grau de adaptação (aproximadamente 30%) aos requisitos da IAS 38, o que se explica por uma baixa sensibilidade às normas internacionais de contabilidade, como consequência da não obrigatoriedade da norma em Portugal, que só ocorre posteriormente, em 2005, e pelo facto dos requisitos da IAS 38 serem limitativos.

Fontes, Rodrigues e Craig (2005) analisam o progresso do sistema normativo contabilístico nacional (no sentido da harmonização das suas normas com as IFRS). Essa convergência é aquilatada para o período entre 1977 e 2003, através da sua mensuração. Medir a convergência das normas é uma questão relevante porque, por um lado, beneficia o mercado de capitais e outros utilizadores das demonstrações financeiras devido à qualidade e comparabilidade da informação publicada e, por outro lado, na União Europeia a obrigatoriedade de adoção das IFRS iniciou-se em 2005 e restringe-se a sua aplicação às entidades cotadas. Em 2003 a Comissão de Normalização Contabilística (CNC) propõe dois modelos de contabilidade em Portugal, ou seja, o modelo de contas individuais e o das contas consolidadas preparadas de acordo com as IFRS para as empresas com valores cotados, ou seja, passa a vigorar um modelo contabilístico dual, um para as empresas cotadas e outro para as que não são cotadas. Há obstáculos à convergência das normas por parte das empresas não obrigadas ao uso das IFRS devido, nomeadamente, à carga fiscal, à natureza complexa de algumas normas IFRS e às bases legais do POC. Os investigadores escolheram três métodos quantitativos para medir a convergência, ou seja, as distâncias Euclidianas - neste método foram reconhecidas falhas -, o coeficiente associado a *Jaccard* e o coeficiente de correlação *Spearman*, porque em seu entender estes dois coeficientes, fornecem um bom critério de comparação da qualidade das DF publicadas por empresas de vários países com sistemas normativos diversos e, do ponto de vista dos reguladores, permitem identificar as áreas da contabilidade em que se verificam as maiores dissemelhanças face às IFRS, possibilitando assim, a sua alteração. Assim, identificaram uma amostra com 43 questões relativas às IAS e ao sistema normativo contabilístico nacional e 3 fases para a harmonização das normas. Na 1ª fase - de 1977 a 1985- período do POC/1977 e criação da CNC (regulador português que tem várias funções entre elas a participação nas discussões internacionais sobre o tema da harmonização das normas contabilísticas); na 2ª fase – 1989 a 1995 – adoção das Diretivas Europeias e algumas normas internacionais através das Diretrizes Contabilísticas (DC). Verifica-se em 1989 uma revisão ao POC/77 para cumprir com a 4ª Diretiva Europeia e outra em 1991, para respeitar a 7ª Diretiva Europeia e na 3ª fase – 1995 a 2003 – crescente internacionalização através

das DC que são baseadas nas IAS. Com base na amostra, todos os métodos usados evidenciaram a convergência parcial das normas Portuguesas com as IFRS, embora com algumas discrepâncias, tendo o processo iniciado em 1991 com a emissão das DC que são semelhantes às IAS (Fontes *et al.*, 2005).

Oliveira *et al.*, (2011) analisaram as práticas de divulgação do risco a partir dos relatórios anuais de 2005, de empresas portuguesas não financeiras registadas na Comissão do Mercado de Valores Mobiliários (CMVM). Examinaram o tratamento contabilístico dos riscos financeiros ao abrigo do disposto nas IAS 1- Apresentação das Demonstrações Financeiras, IAS 32 - Instrumentos Financeiros: Apresentação e IAS 39 - Instrumentos Financeiros: Reconhecimento e Mensuração, cuja aplicação obrigatória às empresas Portuguesas não financeiras ocorre em 2005, a que acrescem as recomendações da CMVM quanto à divulgação do risco, sendo exigida a identificação dos riscos principais, incertezas e respetiva divulgação obrigatória nos relatórios de gestão. Outro objetivo do estudo em questão foi identificar os fatores que influenciam este tipo de divulgação. Os autores usaram a análise de conteúdo para quantificar o nível de divulgação do risco, que foi dividido por 3 tipos de risco: financeiro, não financeiro e quadro de gestão. Foram testadas 9 variáveis independentes, com base na combinação das teorias de divulgação, da agência, da legitimidade e dos recursos. As conclusões obtidas foram as seguintes: a divulgação baseada no risco é maioritariamente vaga, genérica, qualitativa, focada no passado, dispersa ao longo dos relatórios e não satisfaz as necessidades de informação dos *stakeholders*; a alavancagem, a firma de auditoria corresponder a uma das *Big Four*, a dimensão, o quadro de diretores independentes e o nível de sensibilidade ambiental são variáveis que estão relacionadas positivamente com a divulgação do risco; a concentração da propriedade do capital e o comité de auditoria não estão associados com a divulgação do risco e a adoção das IAS/IFRS; e a Diretiva da Modernização não está associada com a divulgação baseada no risco.

3.4 Intangíveis

São diversos os contributos de investigação que tratam o tema dos intangíveis, por vários motivos: pelo seu potencial na criação de valor nas empresas; pelo crescente fosso entre o valor contabilístico e o valor de mercado das empresas (Beattie & Thomson, 2007); pelas restrições das normas no reconhecimento dos AI; e pela sua inclusão quer nas demonstrações financeiras auditadas quer em outros canais de divulgação.

Landini, Arrighetti, and Lasagni (2011) analisaram os fatores que justificam o investimento em AI em Itália. Trata-se de um estudo no qual se pretende identificar os determinantes dos AI no setor industrial italiano, com o argumento de que o investimento em AI tem impactos positivos no desempenho das empresas e que tal está bem documentado na literatura prévia. Socorrem-se de um conjunto de dados e medem os AI que se encontram no balanço das empresas, considerando - os como a soma dos custos com patentes, licenças, pesquisa e formação. Mais, constataam uma forte diversidade no nível de investimento em AI entre as empresas do setor industrial italiano e alegam, com base na teoria das capacidades, que a propensão para tal investimento é mais explicada por fatores de ordem interna, específicos da empresa, do que por fatores externos de natureza tecnológica. Os resultados dos testes indicam que a probabilidade do investimento em AI aumenta com a dimensão da empresa, o pretérito investimento em AI, o CH e a complexidade organizacional e, além disso, evidenciam um efeito cumulativo entre os determinantes do investimento em AI que cria dinâmicas diferentes, justificando pelo menos em parte a já mencionada heterogeneidade no nível de investimento em AI.

Retomando o tema da divulgação dos intangíveis e com base no estudo de Oliveira *et al.*, (2006), foi feita a demonstração de quais os determinantes da divulgação voluntária dos intangíveis, através da técnica de análise ao conteúdo dos relatórios anuais das empresas listadas na Euronext Lisboa no final de 2003. Através de uma análise de regressão simples, constatou-se que existe uma influência significativa das variáveis: dimensão da empresa, concentração da propriedade, tipo de auditor, tipo de indústria e *listing status* na divulgação voluntária dos intangíveis e, com base numa análise de regressão múltipla, as mesmas variáveis anteriores, com exceção de *listing status*, evidenciam apenas uma associação satisfatória com a divulgação dos AI. No que concerne aos componentes do CI, o estudo demonstrou que o CR é a categoria mais divulgada, seguida pelo CE e, no fim, surge o CH.

A abordagem da divulgação dos AI em extensão foi feita por Kang and Gray (2011) com recurso à Cadeia de Valor *Scoreboard*, proposta por Lev em 2001, como quadro para a divulgação dos AI. A investigação tem duas finalidades: aferir se as 200 empresas de 23 mercados emergentes incluídas na *Revista Business Week* de julho de 2003 têm práticas de divulgação dos Ativos Intangíveis em extensão e se fatores como, a regulação adotada (IFRS ou U.S.GAAP), o rácio *market-to-book*, as características específicas das empresas (o setor, a dimensão, a alavancagem, listing status, concentração da propriedade do capital e número de anos desde a constituição) e os riscos económicos e do sistema legal, influenciam significativamente

a divulgação em extensão dos AI. Os resultados obtidos permitem concluir que há um alto nível de divulgação quantitativa e voluntária dos AI (de notar que só 3 das 181 empresas que fazem parte da amostra não divulgam AI nos seus relatórios anuais). Isto é assim, porque as empresas destes mercados emergentes investem mais em AI do que outras de outros mercados, e conseqüentemente, divulgam mais informação para legitimar os seus investimentos em atividades que criam valor e para dar maior transparência á informação empresarial que está na mira dos mercados de capitais. Os fatores determinantes desta divulgação são: a adoção das IFRS ou U.S.GAAP, o setor de atividade e o rácio *market-to-book*. Mais ainda, os fatores específicos dos países que incluem os riscos relacionados com os respetivos sistemas legais e políticas económicas, também são considerados significativamente explicativos do nível de divulgação voluntária dos AI. É de assinalar que o fator dimensão da empresa não influencia a divulgação dos AI porque a amostra é constituída exclusivamente por grandes empresas que têm incentivos para a divulgação.

Os fatores explicativos da divulgação do CI aos analistas financeiros foram alvo de um estudo de García-meca *et al.*(2005) cuja pretensão era saber, se as empresas espanholas com valores cotados divulgam mais informação do que a obrigatória nas suas apresentações aos analistas financeiros e identificar os fatores influenciadores dessa divulgação. Estas apresentações aos analistas, de acordo com os autores, cabem nos canais privados de divulgação de informação, enquanto os relatórios anuais, a internet e o “relatório do Capital Intelectual” pertencem aos canais públicos de divulgação de informação. A amostra é constituída por 257 relatórios anuais de 2000 e 2001, de empresas espanholas com valores cotados na bolsa de valores de Madrid, que foram apresentados a analistas financeiros. Foram feitas análises de regressão simples e múltipla para testar 9 variáveis explicativas da divulgação de CI aos analistas financeiros: tipo de indústria ou setor de atividade, dimensão, *listing status*, rendibilidade, rácio *market-to-book*, alavancagem, existência de departamento relações do investidor (dados recolhidos nas páginas *Web* das empresas), tipo de apresentação (de resultados ou outra) e participação no IBEX35. Foram calculados índices de divulgação para o CI e para 6 categorias do mesmo CI (CH; clientes; tecnologia; estratégia e pesquisa, desenvolvimento e inovação). Os testes efetuados permitiram concluir que a divulgação do CI por categorias varia muito (o CH e a pesquisa são os itens menos divulgados, por receio de perda de vantagens competitivas); estando em causa a divulgação do CI como um todo o nível médio de divulgação ronda os 25%; apenas as variáveis dimensão e tipo de apresentação são os fatores determinantes das variações da divulgação do CI aos analistas; confirma-se

a associação positiva entre as variáveis rácio *market-to-book* e *listing status* e a divulgação, na análise de regressão simples. E, pela análise de regressão múltipla, rejeitam-se as hipóteses de relação entre as variáveis: tipo de indústria, rendibilidade, alavancagem, pertença ao IBEX35, existência de departamento de relações do investidor, *rácio market-to-book* e *listing status*, e a divulgação em extensão do CI. Os autores fizeram uma comparação dos níveis de divulgação obtidos com os níveis de divulgação nos países nórdicos e concluíram que nestes e no capital humano os níveis de divulgação são mais baixos. Mas, esta afirmação deve ser interpretada com prudência porque se trata de diferentes amostras e canais de divulgação e de indústrias diversas (García-meca *et al.*, 2005).

A análise da presença de divulgação voluntária de CI nos relatórios anuais de empresas australianas com valores cotados bem como os fatores que influenciam essa divulgação foi feita por Whiting e Woodcock (2011). Trata-se de um estudo empírico quantitativo, que recorre à análise de conteúdo dos relatórios anuais do ano de 2006 para determinar se as empresas que operam em setores de atividade de alta tecnologia ou intensivos em conhecimento divulgam de forma voluntária mais informação de CI do que as outras que não operam nesses setores. Concluíram que existe esta associação, não obstante, o nível de divulgação de CI ser relativamente baixo. Constataram que existe influência entre o tipo de auditor e a extensão da divulgação voluntária de CI ou seja, se a empresa é auditada por uma das *Big Four*, a divulgação voluntária de CI é maior. Demonstraram que a alavancagem, a concentração da propriedade do capital e a idade da empresa na lista da bolsa não influenciam a divulgação voluntária do CI. A categoria mais divulgada do CI é a do CE, dado que as empresas australianas enfrentam uma concorrência forte interna e externa e, para a reduzir, atribuem especial importância às relações com os clientes e outras entidades e promovem as suas marcas, sendo todas componentes do CE.

Os estudos anteriormente apresentados referem-se todos a divulgação voluntária, mas considera-se que a divulgação financeira ou obrigatória e, particularmente, a dos AI é cada vez menos voluntária devido ao incremento das exigências por parte da regulação europeia e das entidades que regulam os mercados de capitais, por isso, o conteúdo dos relatórios anuais já não faz parte das decisões exclusivas da gestão das empresas (Raffournier, 1995).

Um contributo importante para o estudo da extensão da divulgação financeira foi desenvolvido por Cooke (1992) sobre os relatórios anuais de empresas Japonesas com valores cotados, tendo sido analisado o impacto da dimensão, da cotação das

ações em diversos mercados de capitais e do tipo de indústria, no relato obrigatório e voluntário das 35 empresas que pertencem à amostra. A seleção da variável dimensão foi determinada porque num estudo anterior levado a cabo pelo mesmo autor para empresas da Suécia, ela foi considerada como variável explicativa e significativa da divulgação empresarial (Cooke, 1989a). Pelo facto do Japão ser uma economia baseada em organizações multinacionais com valores cotados em diversos mercados bolsistas internacionais a que acresce ser a bolsa Japonesa a segunda maior do mundo, motivou o autor a escolher as variáveis *listing status* e tipo de indústria. Por recurso à técnica de análise de conteúdo dos relatórios foi construído um índice de divulgação, com base numa abordagem dicotómica dos itens que são divulgados nos relatórios anuais de 1988. Da estatística descritiva usada retira-se que, apesar de não haver grandes variações nos níveis de divulgação obrigatórios entre empresas industriais e não industriais (média de cumprimento dos requisitos de divulgação obrigatória é de 95%), o mesmo não se passa com a divulgação voluntária, em média só 20% das empresas divulgam informação voluntária. As empresas com valores cotados internamente e em mercados externos (*listing status*), por estarem sob maior vigilância, terem que cumprir os requisitos de divulgação dos diversos mercados de capitais e para a manutenção ou elevação do valor da cotação, tendem a divulgar voluntariamente mais informação, do que as que só são cotadas no mercado interno. Os resultados obtidos permitem dirimir que as empresas que mais divulgam informação pertencem ao setor industrial e, assim, o tipo de indústria, a *listing status* e a dimensão são fatores que significativamente explicam a divulgação no Japão (Cooke, 1992).

É de salientar a pesquisa de Wallace e Naser (1995) relativa à divulgação obrigatória de informação empresarial, cujo objetivo é testar o impacto de variáveis que representam as características específicas das empresas com valores cotados de Hong Kong sobre a extensão da divulgação obrigatória empresarial. Trata-se de estudar a influência das variáveis: *listing status*, rendibilidade, retorno de ganhos, liquidez, alavancagem, dimensão, proporção de ações detidas por externos, firma de auditoria e tipo de negócio (conglomerados ou não), na extensão da divulgação obrigatória. A análise inclui itens recolhidos nos relatórios anuais dos anos de 1989 a 1992, de 80 empresas que fazem parte da amostra. As conclusões obtidas são que as empresas cotadas em mais do que um mercado (*listing status*) não influenciam a extensão da divulgação obrigatória, esta ao contrário, é explicada por, dimensão (total de ativos), rendibilidade (margem de lucro), firma de auditoria e tipo de negócio, também há relação mas menos significativa entre os índices de divulgação obrigatória

em extensão e retorno de ganhos, liquidez, alavancagem, e proporção de ações detidas por externos.

As relações entre as características das empresas e a extensão da divulgação nos relatórios anuais de empresas espanholas foram alvo de um estudo empírico elaborado por Wallace *et al.* (1994). Trata-se de confirmar ou infirmar se as variáveis: solvabilidade, total de ativos, total de vendas, rácio da liquidez, retorno de ganhos, margem de lucro, tipo de indústria, tipo de auditor e *listing status*, estão relacionadas com a extensão da divulgação. Com base em relatórios anuais de uma amostra de 50 empresas espanholas não financeiras, das quais 30 são cotadas nas bolsas de Madrid e Valência e as restantes não são cotadas, foram construídos índices de divulgação com informação quantitativa e qualitativa. Existem variações nos índices de divulgação entre 29% e 80% e as variáveis dimensão e *listing status* explicam as alterações do índice de divulgação. Quanto ao rácio de liquidez apresenta associação negativa significativa com a divulgação e todas as restantes variáveis estudadas não se relacionam com a divulgação.

3.5 SNC

Dada a entrada em vigor do novo SNC em 1 de janeiro de 2010, destacam-se alguns trabalhos de investigação relacionados com este novo sistema normativo e enquadrados no tema do presente estudo (intangíveis, divulgação e seus fatores explicativos).

Guerreiro, Rodrigues e Craig (2012) identificaram os fatores que influenciam a preparação para implementar o novo normativo contabilístico, SNC, tendo por base 116 grandes empresas Portuguesas com valores não cotados, no fim de 2009. Os resultados obtidos revelam que o nível de preparação é baixo (dada a falta de interiorização dos profissionais da contabilidade das mudanças exigidas pelo novo regime normativo) e os fatores que mais influenciam a preparação para implementar o SNC são: a) o exercício de atividades externas (dado que as empresas exportadoras têm permanentemente relações comerciais com outras estrangeiras, devem estar familiarizadas com as práticas contabilísticas das IFRS, porque estas estão associadas ao conceito de legitimidade), b) a participação de uma empresa relacionada ou “empresa mãe” na conversão dos procedimentos de POC para SNC nas empresas subsidiárias ou “filhas”, c) o capital das empresas ser só detido por cidadãos Portugueses (o que reduz a assimetria de informação e é consistente com o

conceito de legitimidade) e d) comportamentos de imitação (o SNC criou incerteza nas empresas, estas para a reduzir imitam os procedimentos e os modelos de preparação contabilísticos de empresas de referência). Fatores como a dimensão, a rendibilidade e o tipo de auditor não estão significativamente associados com a preparação para aplicar o SNC nas empresas portuguesas com valores não cotados.

Fasterling (2012) analisou a divulgação obrigatória tendo verificado que os regimes de divulgação de conformidade ou divulgação obrigatória. Este autor preconiza que os regimes de divulgação de conformidade potenciam a comunicação entre aqueles que divulgam e os destinatários da informação divulgada (*stakeholders*). Essa comunicação é representada pela troca e partilha da informação de qualidade, é facilitada pelas tecnologias de informação e comunicação, pela pesquisa académica ou por outras entidades detentoras de informação, podendo contribuir mais para o desenvolvimento de normas do que para tornar mais transparentes as práticas empresariais, através da capacidade da mencionada comunicação. Defende o autor que os regimes de divulgação de conformidade têm sido só usados nas áreas da legislação empresarial e financeira mas, eventualmente, podem ser utilizados em qualquer área da regulação dos negócios, como por exemplo, na regulamentação do negócio em termos ambientais.

Paiva (2011), investigou a implementação da NCRF 1 - Estrutura e Conteúdo das Demonstrações Financeiras do SNC e dos seus efeitos na fiscalidade e na auditoria. As DF visam fornecer aos seus utilizadores um instrumento relevante para a tomada de decisões e, com base no SNC, apresentam alterações ao nível dos seus modelos, da sua estrutura e conteúdo. Os efeitos mais significativos do SNC na fiscalidade incidente sobre as empresas são os seguintes: a manutenção da dependência da contabilidade; as novas regras de cálculo do resultado tributável e os ajustamentos decorrentes da transição de normativo, considerados para efeitos fiscais em 25% do total, nos anos de 2010 a 2013, o que segundo a autora, corresponde a um manifesto constrangimento da fiscalidade sobre a contabilidade. No âmbito da auditoria, o novo SNC também provocou alguns efeitos relevantes: pela primeira vez é exigida a Demonstração de alterações no capital próprio, para evidenciar e explicar os movimentos ocorridos nas contas do capital próprio no início e no fim de um período; o Anexo ao balanço e à demonstração de resultados obriga à inclusão de uma coluna de “Notas” que permite as ligações com as contas alvo das demonstrações financeiras em termos agregados; e os saldos de abertura em 2010 são obrigatoriamente transformados para o novo SNC. Conclui que maiores exigências de análise são feitas quer à contabilidade quer à auditoria.

Correia (2011) analisou os AI de uma empresa de serviços identificando as diferenças qualitativas mais significativas entre o novo SNC e o POC, destacando as: alterações na definição, reconhecimento, mensuração e divulgação dos AI. Relativamente aos efeitos quantitativos das mudanças entre o novo SNC e o POC refere que são importantes, dado que a vida útil estimada para os AI (carteiras de clientes adquiridas) alterou-se de 5 para 12 anos e verificou-se o não reconhecimento de cerca de 40% dos contratos de manutenção de elevadores, com óbvias implicações nos ativos e capital próprio.

Almeida (2011) analisou o setor da olivicultura com a finalidade de investigar em particular a NCRF 17 – Agricultura no ano de 2010, ano de transição do POC para o SNC. Por recurso ao índice de conservadorismo de Gray, 1980, e à análise de rácios e indicadores económico – financeiros, foram constatadas variações nas DF em resultado da comparação entre os dois sistemas normativos (POC e SNC). A amostra final, devido à dificuldade na obtenção de dados, é constituída apenas por 5 empresas, que disponibilizaram os seus dados e aplicam a NCRF 17. A análise efetuada sobre as DF demonstra que, sem se perceber a causa, em certas empresas se verifica o registo contabilístico de inventários por valor igual a zero e noutras, inexistência de contabilização de valores em inventários, nomeadamente, em ativos biológicos. Não foi dada nota se estão a ser cumpridos os requisitos de divulgação constantes dos parágrafos 44 a 47 da norma. Os resultados obtidos no estudo empírico revelam que o impacto da transição do POC para o SNC é positivo, contrariando alguma literatura prévia, devido nomeadamente: ao aumento dos ativos, capitais próprios e resultados das empresas e à redução dos passivos. Os efeitos da transição foram igualmente favoráveis na maioria dos rácios e indicadores económico - financeiros.

Ferreira, Cravo e Azevedo (2012) analisaram o efeito da aplicação da NCRF 6 na posição financeira, no desempenho, no valor dos Ativos Intangíveis (AI) apresentados no balanço, e nos indicadores económico – financeiros. Através de um estudo de caso múltiplo abrangendo uma amostra de 6 empresas e respetivas demonstrações financeiras (DF) de 2009, em POC e SNC, disponíveis na internet, constata-se alguma dificuldade na recolha de dados, desigualdade na divulgação dos ajustamentos de transição do POC para o SNC e até falta de relato dos intangíveis. É de sublinhar que os resultados obtidos são contraditórios no que concerne aos efeitos significativos da adoção da norma no valor dos AI, porque em três das empresas da amostra os impactos são negativos devido ao não reconhecimento de ativos e imparidade do *goodwill*. Numa delas, o efeito é positivo por força do reconhecimento

de AI, noutra o efeito dos ajustamentos é nulo e a restante não fez qualquer ajustamento de transição. O impacto da aplicação da norma na posição financeira e no desempenho também é diverso, mas não é significativo. Concluíram que não há impacto relevante nos indicadores económico - financeiros.

Figueiredo (2012) analisa os requisitos de divulgação da IAS 19 – Benefícios de Empregados, a que corresponde a NCRF 28, e cuja finalidade é aferir da informação divulgada relativamente aos benefícios dos empregados concedidos pelas entidades com valores cotados na Euronext Lisboa, que pertencem ao Portuguese Stock Index (PSI 20), dado que estas são obrigadas ao cumprimento dos requisitos de divulgação da norma IAS 19 a partir de 2005 . Foi levado a cabo um estudo descritivo mediante a análise de conteúdo dos relatórios e contas de 20 empresas (distribuídas por sete setores de atividade), referentes aos anos de 2007 a 2009, para identificar as práticas de divulgação dos benefícios dos empregados. Foram identificados vinte e cinco indicadores de divulgação para os cinco tipos de benefícios de empregados, em conformidade com os requisitos de divulgação da IAS 19. Foram testadas hipóteses acerca do nível de divulgação de informação sobre os benefícios de empregados como um todo, sobre os diferentes tipos de benefícios de empregados e analisando se o setor de atividade influencia o nível de divulgação, através do uso da análise de regressão simples. A conclusão é que, para o período em análise, todas as empresas da amostra divulgam e aumentam em 5% o nível de divulgação de informação sobre os benefícios dos empregados. Também cresceu ligeiramente o relato de informação por indicador e, quanto ao tipo de benefício de empregados, a maior divulgação constata-se nos benefícios de curto prazo. Confirma-se que o setor de atividade se relaciona positivamente com a divulgação de informação sobre benefícios de empregados, e que o setor financeiro apresenta uma média de divulgação superior à de todos os outros (Figueiredo, 2012).

A análise dos efeitos nos Ativos Intangíveis da transição do POC para as normas internacionais, designadamente a IAS 38 - Ativos Intangíveis, no que se refere às Despesas de Investigação e Desenvolvimento, e para as empresas com contas consolidadas e cotadas na Euronext Lisboa, foi alvo de análise por Sá (2010). Os dados foram recolhidos das DF consolidadas de 32 empresas, no período de 2004 a 2009, com o intuito de concluir sobre o cumprimento do estipulado na norma IAS 38 quanto às Despesas de I&D. Foi usada a metodologia de estudo de caso. Concluindo-se que em resultado da transição de normativos há variação, positiva no valor total do ativo e no passivo, negativa para o capital próprio e interesses minoritários, para a generalidade das empresas. Há grandes impactos ao nível dos AI devido às

exigências quanto ao seu reconhecimento e há redução de valor. Quanto às Despesas de I&D, verifica-se decréscimo no seu valor em resultado do não reconhecimento e, a informação disponibilizada pelas empresas da amostra para este tipo de despesas é parca e cerca de 34% das empresas não apresenta qualquer informação sobre estas despesas.

O ponto de partida deste trabalho é a questão de saber quais os fatores explicativos específicos da divulgação dos AI e, a este propósito já existe bastante literatura prévia. Apresenta-se de seguida, no Quadro 2, uma lista de vinte estudos que se debruçaram sobre a questão da divulgação e seus fatores explicativos que abrangem diversos países de diferentes áreas geográficas, com a finalidade de aferir quais as variáveis explicativas mais utilizadas e as que mais influência têm na divulgação.

Quadro 2 – Fatores Explicativos e Determinantes da Divulgação

Estudos	Determinantes Dimensão	Tipo de Indústria	Dispersão/ Conc.Capital	Rendibilidade/ Lucro/Desemp	Alavancagem ou Endividam.	Listing Status	Atividades Externas	Tipo de Auditor	% diretores independentes	Rácio Market to book	Idade da empresa	País(es) em análise
Boubaker et al., 2012	S	S	S	N	N	N	N.A.	S	N.A.	N.A.	N.A.	França
Branco et al., 2011	S	S	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	Portugal
Cooke, 1989a	S	N.A.	S	N	N.A.	S	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	Suécia
Cooke, 1992	S	S	N.A.	N.A.	N.A.	S	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	Japão
Debreceeny & Rahman, 2005	N	N	S	S	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	(I)
Garcia-meca et al., 2005	S	N	N.A.	N	N	S	N.A.	N.A.	N.A.	S	N.A.	Espanha
Kang & Gray, 2011	N	S	N	N.A.	S	N	N.A.	N.A.	N.A.	S	N	(IV)
Lopes & Rodrigues, 2007	S	S	S	N.A.	N	S	N	S	N	N.A.	N.A.	Portugal
Macagnan, 2009	S	S	N.A.	S	S	N.A.	S	N.A.	N.A.	N.A.	S	Espanha
Morais & Fialho, 2008	N	N	N.A.	N	N.A.	N	N.A.	N	N.A.	N.A.	N.A.	(II)
Morariu, 2012	N	N	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	Romenia
Oliveira et al., 2006	S	S	S	N	N	S	N	S	N.A.	N.A.	N.A.	Portugal
Orens et al., 2009	S	N.A.	N.A.	N.A.	S	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	(III)
Ousama et al., 2012	S	S	N.A.	S	N	N.A.	N.A.	N	N.A.	N.A.	N.A.	Malásia
Raffournier, 1995	S	S	N	S	N	N.A.	S	S	N.A.	N.A.	N.A.	Suíça
Tsalavoutas, 2011	N	N	N.A.	S	S	N.A.	N.A.	S	N.A.	N.A.	N.A.	Grécia
Wallace & Naser, 1995	S	S	S	S	S	N	N.A.	S	N.A.	N.A.	N.A.	Hong Kong
Wallace et al., 1994	S	N	N.A.	N	N	S	N.A.	N	N.A.	N.A.	N.A.	Espanha
Whiting & Woodcock, 2011	N.A.	S	N	N.A.	N	N.A.	N.A.	S	N.A.	N.A.	N	Austrália
Williams, 2001	N	S	N.A.	N.A.	S	S	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	N.A.	Reino Unido
N.º Total de Estudos	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	20	
Total dos estudos em que a variável foi testada	19	18	9	12	14	11	4	10	1	2	3	
Total dos estudos em que a variável influencia a divulgação	13	12	6	6	6	7	2	7	0	2	1	
Estudos onde a variável foi testada/total estudos(%)	0,95	0,90	0,45	0,60	0,70	0,55	0,20	0,50	0,05	0,10	0,15	
Estudos onde a variável influencia/total de estudos	0,65	0,60	0,30	0,30	0,30	0,35	0,10	0,35	0,00	0,10	0,05	

NOTA:

S= Sim, a variável foi testada e influencia a divulgação
N=Não, a variável foi testada e não influencia a divulgação
N.A.= a variável não foi testada

(I) RU, França, Alemanha, Dinamarca, Noruega, Finlândia, Singapura e Hong Kong.
(II) França, Alemanha, Itália, Reino Unido e Portugal
(III) Bélgica, França, Alemanha e Holanda
(IV) 53 países de economias emergentes

Fonte: elaboração própria

As variáveis explicativas mais usadas no Quadro 2 - Fatores Explicativos e Determinantes da Divulgação, da página anterior, foram a dimensão das empresas e o tipo de indústria ou setor de atividade, em 95% e 90% dos vinte trabalhos, respetivamente, e são também as que mais significativamente se associam à divulgação. A construção deste mapa irá servir de orientação ao presente estudo na escolha das variáveis explicativas da divulgação.

A título de exemplo, e como indicador para a escolha das variáveis independentes, referencia-se a análise de Oliveira *et al.* (2006) que trata da divulgação voluntária e extensiva dos intangíveis, usando a análise de conteúdo dos relatórios anuais e das “Mensagens/Declarações dos Presidentes” de 56 empresas Portuguesas com valores cotados na Euronext Lisboa, à data de 31 de Dezembro de 2003. Foi construído um índice de divulgação dos AI e, com base em análises de regressão, foram testadas 8 variáveis explicativas da divulgação. A informação divulgada é voluntária e qualitativa e quanto às variáveis explicativas, a sua análise permitiu dirimir que o tipo de auditor, a concentração da estrutura acionista, o tipo de indústria e a dimensão da empresa são determinantes da divulgação voluntária dos intangíveis; a *listing status* associa-se à divulgação mas de forma moderada e a alavancagem, a rentabilidade e a internacionalização não se relacionam significativamente com a divulgação dos Ativos Intangíveis.

A dificuldade na obtenção de dados e a inexistência de divulgação dos intangíveis já foi abordada anteriormente em vários estudos abrangendo geografias diferentes, mas é de se colocar o acento tónico no designado segredo do negócio como justificação para não relatar. Veja-se o que referem Cañibano e Sanchez (2004) a este respeito:

“Assim, a maioria das análises descritivas e estatísticas é baseada na informação sobre intangíveis que é fornecida por outros relatórios (relatórios anuais, prospetos, reuniões com analistas dos mercados de capitais, etc.). Embora não seja expressamente referida em muitos *papers* a ideia de que existem claros limites à divulgação da informação, estava na mente de todos. Tal deve-se à necessidade das empresas manterem a informação sensível apenas para fins de gestão.”(Cañibano & Sánchez, 2004, p. 95).

A justificação para não relatar relaciona-se com o receio de perda de vantagens competitivas.

4. Desenvolvimento do Estudo

A motivação subjacente à escolha do tema, “cumprimento dos requisitos de divulgação dos AI”, para investigação prende-se com o facto de ter entrado em vigor o novo sistema normativo contabilístico para a generalidade das empresas portuguesas somente em 2010.

A literatura existente sobre a divulgação financeira dos ativos intangíveis em Portugal contempla amostras de empresas com valores cotados, (Ferreira, 2008; Oliveira *et al.*, 2006; Sá, 2010; Silva, 2010) ou pertencentes a setores específicos de atividade (Almeida, 2011; Correia, 2011; Cunha, 2009). O desiderato e o âmbito deste trabalho diverge dos anteriores, impondo a identificação das seguintes questões de investigação:

- as empresas portuguesas divulgam os ativos intangíveis conforme preconiza a NCRF 6? E com que níveis?
- quais são os fatores que influenciam o nível de cumprimento da divulgação de informação financeiras sobre os ativos intangíveis?

Para responder às questões de investigação formuladas, vamos eleger como fatores que influenciam a divulgação obrigatória dos AI, os identificados previamente pela literatura existente: dimensão da empresa, tipo de auditor, endividamento, rendibilidade, setor de atividade e atividades externas ou internacionalização (Oliveira *et al.*, 2006; Wallace *et al.*, 1994).

4.1 Formulação das Hipóteses de Estudo

A literatura existente evidencia as relações entre a extensão da divulgação empresarial e os seus fatores explicativos ou determinantes, bem como o seu enquadramento teórico no âmbito das diversas teorias de divulgação já apresentadas.

Como referido anteriormente não há uma teoria única explicativa da divulgação. As teorias de divulgação mais usualmente utilizadas como explicação dos fenómenos de divulgação de informação financeira sobre intangíveis são, a teoria da agência, da sinalização e da legitimidade (Ousama *et al.*, 2012).

A teoria da agência trata da relação entre os acionistas e os gestores, estes são contratados pelos primeiros para atuar em seu nome, mas podem atuar em defesa do seu próprio interesse em detrimento do dos acionistas. Daí a necessidade de monitorizar os procedimentos dos gestores o que implica suportar custos, designados de custos de agência. Então, para reduzir esses custos as empresas divulgam mais informação (Cooke, 1989a; Raffournier, 1995).

Em consonância com o disposto na teoria da sinalização, os gestores estão permanentemente na empresa, desse modo, têm vantagem sobre os acionistas quanto ao acesso à informação- assimetria de informação-, por isso, e para conservar os seus investidores e atrair novos, as empresas sinalizam o seu “bom valor” e divulgam mais informação (Ousama *et al.*, 2012).

A teoria da legitimidade propõe a existência de um contrato social entre a empresa e a sociedade, isto é, a empresa procura assegurar, através da divulgação, que as suas operações e atividades são percebidas como legítimas e concorrem para o bem-estar geral da sociedade (Ousama *et al.*, 2012).

Dimensão da empresa

A literatura existente tem encontrado uma associação entre a dimensão das empresas e o nível de divulgação (Boubaker, Lakhal, & Nekhili, 2012; Branco *et al.*, 2011; Cooke, 1989a; García-meca *et al.*, 2005; Lopes e Rodrigues, 2007; Macagnan, 2009; Oliveira *et al.*, 2006; Orens *et al.*, 2009; Ousama *et al.*, 2012; Raffournier, 1995; Wallace e Naser, 1995; Wallace *et al.*, 1994).

Quanto maior for a dimensão da empresa maior será a necessidade de informação por parte dos interessados internos e externos (García-meca *et al.*, 2005). A teoria da agência prevê que a empresa de maior dimensão está mais sujeita a conflitos entre os gestores e os investidores, implicando a existência de custos de agência e, para os atenuar, as empresas terão que divulgar mais informação.

De acordo com estudos de Lopes e Rodrigues (2007) e de Oliveira *et al.* (2006), que citam Watts e Zimmerman (1978), a ligação entre dimensão e divulgação pode verificar-se porque os custos políticos são maiores nas grandes empresas e estas terão tendência para mais altos níveis de divulgação uma vez que estes melhoram a confiança e reduzem esses custos (Oliveira *et al.*, 2006; Wallace *et al.*, 1994). Também sustentam uma associação positiva entre dimensão e divulgação

voluntária dos intangíveis, devido, entre outros, aos custos políticos suportados pelas maiores empresas que são mais vigiadas de perto pelas entidades governamentais e aos custos de acumulação e difusão detalhada da informação serem mais elevados nas empresas pequenas, e estas tendencialmente serem mais sensíveis ao risco da divulgação de informações, por receio de que a sua posição no mercado seja prejudicada.

De acordo com a evidência empírica anterior espera-se uma associação positiva entre a dimensão das empresas e o nível de cumprimento dos requisitos de divulgação sobre os ativos intangíveis.

H1 - O nível de cumprimento dos requisitos de divulgação dos ativos intangíveis está positivamente associado com a dimensão das empresas.

Tipo de Auditor

A evidência empírica anterior tem demonstrado que a auditoria é uma forma de reduzir os custos de agência e aumentar a credibilidade das divulgações (Ousama *et al.*, 2012). As grandes empresas de auditoria (*Big Four*) encorajam as empresas clientes a divulgarem recorrentemente mais informação, quer em volume quer em abrangência, porque pretendem preservar a sua reputação, desenvolver as suas próprias competências e garantir a fidelização dos seus clientes. Por um lado, há estudos que demonstram não existir uma forte associação entre a dimensão da firma de auditoria e a divulgação da informação (Morais e Fialho, 2008; Ousama *et al.*, 2012; Wallace *et al.*, 1994). Contudo, existem estudos que têm concluído o inverso, ou seja, assumem uma relação estatisticamente significativa entre a dimensão da firma de auditoria e a divulgação da informação (Boubaker *et al.*, 2012; Depoers, 2000; Lopes e Rodrigues, 2007; Oliveira *et al.*, 2006; Raffournier, 1995; Tsalavoutas, 2011; Wallace e Naser, 1995; Whiting e Woodcock, 2011). Há mais evidências empíricas de associação positiva entre a divulgação e a firma de auditoria, assim, é expectável que as empresas da amostra auditadas por uma das *Big Four* divulguem mais informação.

Para representar a variável tipo de empresa de auditoria usa-se uma variável dicotómica, que assume o valor 1 se a empresa for uma das *Big Four* (Deloitte and Touche, KPMG, PricewaterhouseCoopers e Cap Gemini Ernst and Young) e, no caso contrário, assume o valor 0.

H2 - O nível de cumprimento dos requisitos de divulgação dos ativos intangíveis está positivamente associado com o tipo de auditor.

Endividamento

O contributo da teoria da agência é usado para explicar a relação entre endividamento e divulgação dado que, segundo diversos estudos, as empresas altamente endividadas são as que estão sujeitas a mais altos riscos e onde se torna mais premente diminuir a assimetria de informação entre acionistas e credores, ou seja, são as que suportam maiores custos de agência (Kang e Gray, 2011; Macagnan, 2009; Orens *et al.*, 2009; Tsalavoutas, 2011; Wallace e Naser, 1995; Williams, 2001). E, para os reduzir, as empresas são estimuladas a uma maior divulgação de informação que, por sua vez, possibilitará ainda a redução dos custos de endividamento. A teoria da sinalização sugere que as empresas que apresentam níveis baixos de endividamento, constituindo tal facto um “bom sinal”, são incentivadas a divulgar mais informação sobre a sua estrutura financeira. No entanto, existe também evidência empírica indicando a inexistência de associação entre divulgação e endividamento (Oliveira *et al.*, 2006; Ousama *et al.*, 2012; Raffournier, 1995; Wallace *et al.*, 1994; Whiting e Woodcock, 2011).

H3 - O nível de cumprimento dos requisitos de divulgação sobre ativos intangíveis está associado com o nível de endividamento das empresas.

Rendibilidade

Existe evidência empírica que suporta a hipótese de haver uma relação positiva entre a divulgação e o desempenho da empresa. A teoria da agência estabelece que a divulgação funciona como um mecanismo de controlo de gestão e os gestores são incentivados a divulgar informação para manter as suas compensações e posição. Por sua vez, em conformidade com a teoria de sinalização, as empresas mais rentáveis são provavelmente as mais estimuladas a relatar informação para se distinguirem das outras no mercado e evitar a subvalorização das suas ações. Há estudos prévios que evidenciam esta relação positiva, ou seja, quanto maior for o desempenho maior será a divulgação da informação (Debreceeny e Rahman, 2005; Macagnan, 2009; Ousama *et al.*, 2012; Raffournier, 1995; Wallace e Naser, 1995). Já a teoria dos custos políticos postula que as empresas mais rentáveis são mais

incentivadas a divulgar mais informação, para que o mercado identifique a fonte dos seus lucros. Verrecchia (1983) refere que as empresas divulgam a partir de um certo limiar de rendibilidade as empresas divulgam e, pelo contrário não divulgam se se encontrarem abaixo desse limite. Todavia, existem estudos que encontraram relações inversas entre as duas variáveis (Boubaker *et al.*, 2012; Cooke, 1989a; García-meca *et al.*, 2005; Oliveira *et al.*, 2006).

H4 – O nível de cumprimento dos requisitos de divulgação sobre ativos intangíveis está associado com o nível de rendibilidade da empresa.

Setor de Atividade

As teorias da sinalização, da legitimidade e dos custos políticos podem explicar a relação entre divulgação e setor de atividade. As empresas que pertencem ao mesmo setor de atividade têm interesse em ter o mesmo nível de divulgação para evitar as pressões competitivas, ou seja, a reação negativa do mercado. Isto está em conformidade com o que estipulam as teorias da sinalização, da legitimidade e institucional. Empresas que pertencem ao mesmo setor de atividade têm custos políticos iguais, pelo que é admissível que a divulgação não difira muito de umas para as outras. Há também a questão da divulgação estar relacionada com o setor de atividade porque a divulgação em si própria funciona como forma de legitimar a entidade. Contudo, as teorias aqui referidas não demonstram o sentido da relação entre divulgação e setor de atividade. Os resultados obtidos nos estudos anteriores quanto ao comportamento desta variável vão desde uma associação positiva entre a divulgação e o setor de atividade (Boubaker *et al.*, 2012 Branco *et al.*, 2011; Kang e Gray, 2011; Macagnan, 2009; Oliveira *et al.*, 2006; Ousama *et al.*, 2012; Williams, 2001) até aos que não encontram qualquer relação entre as duas variáveis (Debreceeny e Rahman, 2005; García-meca *et al.*, 2005; Morariu, 2012; Wallace *et al.*, 1994).

H5 - O nível de cumprimento dos requisitos de divulgação sobre ativos intangíveis está associado com o setor de atividade.

Internacionalização ou Atividades Externas

Existe evidência empírica de que os gestores de empresas que trabalham com o mercado externo controlam uma maior quantidade de informação devido à maior

complexidade das operações que realizam e os interessados nestas empresas são em maior número, logo, a quantidade de informação por eles exigida também é superior, mesmo que essas empresas não tenham valores cotados nos mercados de capitais estrangeiros. Assim, em conformidade com a teoria da sinalização, as suas entidades gestoras estão mais interessadas em divulgar bons níveis de informação para que os seus investidores reconheçam a sua presença nos mercados internacionais e essa divulgação seja tida como um “bom sinal” (Cooke, 1989b; Depoers, 2000; Raffournier, 1995).

H6 - O nível de cumprimento dos requisitos de divulgação sobre ativos intangíveis está associado com o nível de internacionalização da empresa.

4.2 Definição da amostra

Pretende-se estudar o nível de cumprimento dos requisitos de divulgação dos AI constantes da NCRF 6 bem como os fatores explicativos desta divulgação, nos anos de 2010 e 2011, com recurso aos relatórios e contas das empresas que pertencem à lista das 500 maiores empresas de Portugal da Revista Exame de 2010, que são sujeitas ao novo SNC.

A seleção da amostra envolve duas restrições, por um lado, o tempo disponível para a realização do trabalho é limitado e, por outro, constata-se a dificuldade de acesso aos dados das empresas. Daí, a opção pelos relatórios e contas disponíveis pelas empresas nos respetivos sítios na internet devido à maior facilidade de acesso e recolha dos dados. Pode ainda justificar-se a opção efetuada por razões associadas com a transparência. Com este propósito cita-se o estudo de Gandía (2008) que analisa a importância da tecnologia, mormente a internet, para a melhoria da governança corporativa, da transparência de empresas listadas e como forma de divulgação de informação, e cuja conclusão é, as empresas que apresentam maiores índices de transparência são as que usam a internet como canal de divulgação. Adicionalmente, Striukava *et al.* (2008) analisou o relato do Capital Intelectual nas empresas do Reino Unido tendo concluído que a percentagem da divulgação por tipo de documento é maior nas páginas de internet.

Assim, das 500 empresas da amostra inicial só foi possível a recolha de dados nas páginas da internet de apenas 64 entidades, das quais se retiram: 13 empresas por à data da consulta (setembro/2012) não estarem disponíveis os relatórios e contas

do ano 2011 e 2 fundações, por não terem fins lucrativos. A análise das demonstrações financeiras e do Anexo implicou ainda a exclusão de mais 12 empresas por não terem ativos intangíveis. Ou seja, a nossa amostra final é constituída por 37 empresas, conforme discriminado na Tabela I.

Tabela I – Definição da amostra

Definição da amostra	
Empresas incluídas no ranking das 500 maiores empresas	500
Empresas sem publicação dos relatórios e contas no web site	-436
Empresas sem divulgação de demonstrações financeiras	-13
Empresas sem ativos intangíveis	-12
Empresas sem fins lucrativos	-2
Amostra final	37

É de sublinhar que na amostra se inclui uma empresa cujo ano económico não coincide com o ano civil. Não obstante, tal facto não constitui razão para desvirtuar a presente análise, uma vez que se pretende saber se as empresas cumprem com as exigências de divulgação da NCRF 6.

Para melhor caracterização da nossa amostra apresentamos a distribuição das empresas por setor de atividade ou tipo de indústria, tendo em consideração o estudo de Oliveira *et al.* (2006) que recorre à classificação estatística de atividades económicas da Comunidade Europeia NACE Rev1, ponderando como setores médios-altos em tecnologia, as indústrias de produtos químicos, de equipamentos de rádio, televisão e comunicação, de equipamentos eletrónicos, de veículos a motor, reboques e semirreboques, de outros equipamentos de transporte. Por sua vez, de acordo com o “2003 STI Scoreboard” da OCDE, os setores de serviços intensivos em conhecimento são os correios e telecomunicações, os financeiros, os de aluguer, a educação, a saúde e os serviços sociais. No entanto, existem outros setores económicos altamente tecnológicos que não constam das classificações referidas acima e que investem fortemente em atividades de I&D. Por conseguinte, complementou-se com o uso da Listagem das empresas com mais despesa em I&D em 2010, da Direção-Geral de Estatísticas da Educação e Ciência (Mendonça, 2012).

A tabela II apresenta a nossa amostra distribuída por setor de atividade ou tipo de indústria, sendo 30% das empresas da amostra intensivas em alta tecnologia ou conhecimento e as restantes (70%) pertencem a setores não intensivos em tecnologia ou conhecimento.

Tabela II - Amostra por setor de atividade

Atividades	N.º Empresas	%
Intensivas em alta tecnologia ou conhecimento		
<u>Serviços</u>		
Correios	2	5
Telecomunicações	4	11
Tecnologia de informação	1	3
Transportes	1	3
<u>Indústrias</u>		
Construção e Mat.		
Construção	2	5
Veículos a motor, reboques	1	3
<i>Subtotal</i>	<i>11</i>	<i>30</i>
NÃO Intensivas em alta tecnologia ou conhecimento		
<u>Serviços</u>		
Comércio por Grosso	1	3
Construção	6	16
Transportes	8	22
Metalomecânica	1	3
Outros serviços	7	19
<u>Indústrias</u>		
Construção e Mat.		
Construção	1	3
Alimentar	1	3
Outras Indústrias	1	3
<i>Subtotal</i>	<i>26</i>	<i>70</i>
<i>Total da amostra</i>	<i>37</i>	<i>100</i>

4.3 Metodologia de Análise

Na linha das investigações anteriores, (Branco *et al.*, 2010; Ferreira, 2008; Kateb, 2012; Li *et al.*, 2008; Martins, 2005; Oliveira *et al.*, 2006; Orens *et al.*, 2009; Striukova *et al.*, 2008), a técnica metodológica que elegemos para obter respostas às

questões de investigação formuladas e alcançar os objetivos propostos foi a da análise de conteúdo das demonstrações financeiras e dos Anexos, dos anos de 2010 (ano da transição do POC para o SNC) e 2011, de empresas portuguesas que divulgam os seus relatórios e contas nos respetivos sítios na internet e que pertencem à lista da Revista Exame, de 2010, das 500 maiores empresas de Portugal.

Conforme estipulado na Portaria n.º 986/2009 de 7 de Setembro, (da I Série do Diário da República, n.º 173), os modelos das demonstrações financeiras incluem o Balanço (demonstração da posição financeira), a Demonstração dos Resultados por Naturezas, a Demonstração dos Resultados por Funções (é facultativa nos termos do n.º 3 do artigo 11º do Decreto-Lei n.º 158/2009 de 13 de julho), a Demonstração dos Fluxos de Caixa, a Demonstração das Alterações do Capital Próprio e o Anexo. Este deve contemplar toda a informação exigida pelas NCRF do SNC nos parágrafos referentes à divulgação. Tendo em conta as questões de investigação formuladas nesta dissertação, a saber, qual o grau de cumprimento dos requisitos de divulgação dos ativos intangíveis (presentes nos parágrafos 117 a 123) da NCRF 6 e quais são os fatores explicativos dessa divulgação por parte das empresas da amostra, é de salientar a importância atribuída à análise de conteúdo para a recolha dos dados.

Em ordem à obtenção de transparência no uso da técnica da análise de conteúdo e à fiabilidade na recolha da informação, necessariamente terá que haver uma descrição da forma como se recolhe ou se exclui um certo item ou categoria de informação, para que essa recolha de dados possa ser replicada, independentemente do investigador que está a desenvolver a análise (Beattie & Thomson, 2007). Tal obriga a codificar informação quantitativa e qualitativa em categorias predefinidas o que implica a existência prévia de regras claras e bem definidas de codificação e, além disso, impõe a definição de uma unidade de análise para codificar a informação recolhida, que podem ser palavras, frases, parágrafos e partes de páginas (Guthrie *et al.*, 2004).

Opta-se por fazer a análise de conteúdo dos relatórios e contas das empresas da amostra para os anos de 2010 e 2011 manualmente, pesquisando o item relativo a cada requisito de divulgação dos Ativos Intangíveis usando palavras, frases e parágrafos em termos complementares, dado que o uso da palavra e da frase não são em todos os casos suficientes para abarcar o significado do item em recolha e, sabendo-se que a nossa língua é pródiga em múltiplos sinónimos, considera-se mais adequado o uso do parágrafo, em consonância com Guthrie *et al.* (2004), para se poder apreender o item numa grande variedade de divulgação.

Definição do Índice de Divulgação dos Ativos Intangíveis

A partir da NCRF 6 nos seus parágrafos 117 a 123 é possível identificar os itens correspondentes aos requisitos obrigatórios de divulgação e, posteriormente, construir uma lista desses itens para respondermos à primeira questão de investigação. Esta lista encontra-se neste estudo no Anexo 8.1, é composta por 5 colunas, sendo a primeira relativa ao número de itens de divulgação, a segunda corresponde à identificação dos itens de divulgação obrigatória dos AI (no total de 33), e as restantes três são referentes à verificação do cumprimento do requisito e correspondem a *Sim* (significa que a empresa cumpre o requisito de divulgação), *Não* (usado quando a empresa não divulga o item) e *Não Aplicável* (aplicado às empresas que não têm ativos intangíveis). Os dados são obtidos pela análise do conteúdo das DF e dos Anexos das empresas da amostra e com eles se faz a construção de um índice de divulgação. Este índice constitui a variável dependente deste estudo e irá dar resposta à primeira questão de investigação.

O nível de divulgação é uma variável dicotómica que vai assumir o valor “1”, caso a empresa cumpra com o requisito de divulgação, isto é, se releva “*Sim*”; o valor “0” caso a empresa não cumpra com o requisito de divulgação, isto é, se releva “*Não*” e os casos de “*Não Aplicável*” são retirados do nosso estudo, aliás na esteira do que preconizam outros autores (Cooke, 1989a, 1989b; Raffournier, 1995; Williams, 2001).

Para o cálculo do índice de divulgação dos ativos intangíveis (IDAI) por cada empresa faz-se:

$$\text{IDAI} = \sum di / m$$

em que $di = 0$ (se o item i não é divulgado) ou 1 (se o item i é divulgado) e o di pode variar entre 1 e $m =$ número máximo de itens que a empresa divulga (33).

Definição dos Fatores Explicativos da Divulgação

No que concerne à segunda questão de investigação e na tentativa de responder às hipóteses atrás enunciadas é feita a escolha dos fatores explicativos do nível de divulgação: a dimensão da empresa, o tipo de auditor, o endividamento, a rentabilidade, o setor de atividade e a internacionalização. Estas variáveis são utilizadas pela grande maioria dos estudos prévios, tomando-as como as que mais significativamente influenciam o nível de divulgação. Assim, no nosso estudo vamos

considerá-las como as variáveis independentes e explicativas da nossa variável dependente, o nível de divulgação.

A tabela III apresenta um resumo das variáveis independentes ou explicativas usadas no nosso modelo de análise, as respectivas *proxies* e o sinal expectável da relação de cada uma delas com a variável índice de divulgação (variável dependente).

Tabela III - Variáveis Independentes, sua representação e sinal expectável

Variáveis Independentes ou Explicativas	Relação Espectável	Representação das variáveis
Dimensão	Positiva	Total do ativo (em €)
Tipo de Auditor	Positiva	Variável <i>dummy</i> = 1 se a firma de auditoria é uma das BIG 4; caso contrário é zero
Endividamento	?	Rácio do passivo sobre o total do capital próprio
Rendibilidade	?	Rendibilidade do Ativo= Resultados antes de Impostos sobre o total ativos
Setor de atividade	Positiva	Variável <i>dummy</i> = 1 se a firma pertence a uma indústria intensiva em conhecimento ou tecnologia; caso contrário é zero
Internacionalização	Positiva	Rácio das Exportações sobre o volume de negócios

Segundo Cooke (1992) a variável “dimensão” pode ser medida através das seguintes variáveis: capital social, volume de negócios, número de acionistas, total de ativos, total de ativos correntes, total de ativos fixos, fundos dos acionistas e empréstimos bancários. Cooke (1989a) avaliou a dimensão através do total de ativos, total de vendas e número de acionistas, tendo encontrado uma associação estatisticamente significativa com a dimensão. A variável dimensão, neste estudo, é representada pelo total do ativo nos anos de 2010 e 2011.

A variável “tipo de auditor” foi medida através de uma variável *dummy* que assume o valor 1 se a empresa de auditoria for uma das *Big Four* e assume o valor 0, no caso contrário.

A variável “endividamento” foi medida pelo rácio passivo sobre o capital próprio.

A variável “rendibilidade” foi medida pelo quociente entre o resultado antes de impostos e o total do ativo.

A variável “setor de atividade” foi medida através de uma variável *dummy* que assume o valor 1 se a empresa pertence a uma indústria intensiva em conhecimento ou em tecnologia e assume o valor 0, no caso contrário. A seleção de dois tipos de indústria, intensiva em conhecimento ou tecnologia e não intensiva, passa pela expectativa de que conforme o setor, as empresas apresentarão níveis diferentes de divulgação dos AI.

A variável “internacionalização” foi medida pelo rácio exportações sobre o total do volume de negócios.

Modelo de Regressão

O modelo de estimação irá testar se os fatores determinantes afetaram o nível de cumprimento dos requisitos de divulgação sobre ativos intangíveis exigidos pela NCRF 6:

$$IDA_{jt} = \alpha_0 + \beta_1 Dimensão_{jt} + \beta_2 Tipo\ de\ Auditor_{jt} + \beta_3 Endividamento_{jt} + \beta_4 Rendibilidade_{jt} + \beta_5 Setor\ de\ Atividade_{jt} + \beta_6 Internacionalização_{jt} + \mu_{jt}$$

onde $t = \{2010, 2011\}$ e $j = 1, 2, \dots, n=37$

5. Resultados

A análise de conteúdo realizada sobre os relatórios e contas das empresas da amostra evidencia divulgação dos AI.

5.1 Análise Descritiva

A tabela IV apresenta os resultados da análise estatística descritiva das variáveis, dependente e independentes, usadas no estudo em causa. As conclusões que se podem retirar são:

- as empresas da amostra apresentam, em média, um índice de divulgação de ativos intangíveis de 30%, ou seja, as empresas da amostra cumprem em média com 30% dos requisitos obrigatórios de divulgação dos ativos intangíveis. Há uma empresa que nada divulga sobre ativos intangíveis e o grau máximo de divulgação dos ativos intangíveis atinge 71%;
- o valor médio da variável total do ativo é cerca de 525 milhões de €, embora haja uma variação grande (cerca de 5.381 milhões de €) no valor desta variável;
- a rendibilidade do ativo, varia entre o mínimo de 9,90 negativos e o máximo de 0,79 positivos, sendo em média, negativa e ronda os 23%. Estes resultados derivam de na nossa amostra existirem empresas que apresentam resultados antes de impostos negativos (doze em 2011 e dez em 2010), devendo ser enquadrados no período em análise (2010 e 2011) que corresponde a uma conjuntura de crise nacional e internacional, invocada em todos os relatórios e contas da amostra;
- a média da variável internacionalização é 10%, isto é, as atividades externas para as empresas da amostra representam apenas 10% do total do volume de negócios e o intervalo de variação para a internacionalização vai desde zero até 80%;
- o endividamento cuja variável é representada pelo rácio Passivo sobre Capital Próprio varia entre o mínimo de 11,31 negativos e 24,68 positivos e

a média é 1,22, significando que em média o valor do financiamento alheio supera em 122% o dos capitais próprios das empresas da nossa amostra. Estes dados resultam da amostra conter dez empresas com capitais próprios negativos em 2010 e 2011.

- Verifica-se também que só 27% das empresas da amostra têm as suas contas auditadas por uma das BIG 4 e que pertencem ao setor intensivo em conhecimento e tecnologia, aproximadamente, 30% dessas empresas.

Tabela IV - Análise descritiva

Variáveis	Mensuração	N	Mínimo	Máximo	Média	Desvio Padrão
Índice de Divulgação	Índice	74	0,00	0,71	0,30	0,14
Dimensão	Milhões de euros	74	3,48	5384,90	524,66	952,20
Rendibilidade	Rácio	74	-9,90	0,72	-0,23	1,63
Internacionalização	Rácio	74	0,00	0,80	0,10	0,22
Endividamento	Rácio	74	-11,31	24,68	1,22	5,62
			Percentagem			
Tipo de auditor	Dummy = 0	54	73,00%			
	Dummy = 1	20	27,00%			
Setor de atividade	Dummy = 0	52	70,30%			
	Dummy = 1	22	29,70%			

5.2 Análise Estatística da Normalidade

A tabela V serve para verificar se as variáveis seguem uma distribuição normal.

Os resultados da tabela V evidenciam que, para os anos de 2010 e 2011, relativamente às variáveis independentes, total do ativo, rendibilidade do ativo e internacionalização, nenhuma delas apresenta uma distribuição normal ($p\text{-value} < 0,05$). No que concerne à variável independente, endividamento, há diferença entre os dois testes, o nível de significância é 0,000 para o ano 2011, contudo, em 2010, passa a 0,006, mas como se trata de um $p\text{-value}$ menor que 0,05 também esta variável não tem uma distribuição normal. Relativamente à variável dependente, índice de divulgação, em 2010, o nível de significância é 0,000, inferindo-se a inexistência de normalidade na distribuição desta variável. Em 2011, os resultados são mistos, dado

que o nível de significância do teste *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) é superior a 0,05, por conseguinte, pode-se inferir pela normalidade de distribuição da variável, ao contrário, no teste *Shapiro-Wilk* que apresenta o nível de significância de 0,003, concluindo-se pela violação da normalidade.

Tabela V - Análise da normalidade

Variáveis		Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
		Estatística	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Índice de Divulgação	2011	0,141	37	0,060	0,901	37,000	0,003
	2010	0,224	37	0,000	0,864	37,000	0,000
Dimensão	2011	0,292	37	0,000	0,550	37	0,000
	2010	0,295	37	0,000	0,533	37	0,000
Rendibilidade	2011	0,447	37	0,000	0,225	37	0,000
	2010	0,460	37	0,000	0,220	37	0,000
Internacionalização	2011	0,413	37	0,000	0,548	37	0,000
	2010	0,408	37	0,000	0,534	37	0,000
Endividamento	2011	0,214	37	0,000	0,841	37	0,000
	2010	0,174	37	0,006	0,840	37	0,000

5.3 Análise das Diferenças nas Médias

Para efeito da análise, considera-se duas amostras independentes que correspondem aos anos 2010 e 2011 e dado que as variáveis, índice de divulgação, total do ativo, rendibilidade do ativo, internacionalização e endividamento, não apresentam normalidade na sua distribuição e a dimensão das amostras é pequena, vai-se proceder à comparação das médias para constatar se existem ou não diferenças., usando os testes não paramétricos de *Mann-Whitney U*. A tabela VI mostra que nas amostras de 2010 e 2011 e, para a variável índice de divulgação, os valores médios não são significativamente diferentes, porque o teste apresenta um nível de significância bilateral de 0,807 ($p\text{-value} > 0,05$); no que respeita à variável total do ativo, não há diferenças significativas nos valores médios já que o teste mostra um nível de significância bilateral de 0,961 ($p\text{-value} > 0,05$); no que concerne à variável rendibilidade do ativo, os valores médios não são significativamente diferentes, porque o teste exibe um nível de significância bilateral de 0,634 ($p\text{-value} > 0,05$); no que se refere à variável internacionalização, não há diferenças significativas

nos valores médios já que o teste aponta um nível de significância bilateral de 0,972 ($p\text{-value} > 0,05$) e, para a variável endividamento, os valores médios não são significativamente diferentes, dado que o teste apresenta um nível de significância bilateral de 0,901 ($p\text{-value} > 0,05$). Para se obter conclusões contrárias a estas, ou seja, para serem considerados significativamente diferentes os valores médios das variáveis teriam que apresentar um $p\text{-value}$ (nível de probabilidade do teste) inferior a 0,05.

Tabela VI - Análise das diferenças nas médias

Variáveis	Média		Mann-Whitney U	Wilcoxon W	Z	Asymp. Sig. (2- tailed)
	2010	2011				
Índice de Divulgação	0,301	0,296	662,00	1365,00	-0,245	0,807
Dimensão	522,339	526,986	680,00	1383,00	-0,049	0,961
Rendibilidade	-0,222	-0,238	640,50	1343,50	-0,476	0,634
Internacionalização	0,101	0,104	682,00	1385,00	-0,035	0,972
Endividamento	1,201	1,235	673,00	1376,00	-0,124	0,901

5.4 Análise da Correlação

Os resultados da tabela VII das correlações mostram que todas as variáveis independentes apresentam uma associação positiva com o índice de divulgação, isto quer dizer que quanto maior for, o total do ativo, ou a rendibilidade, ou a internacionalização ou o endividamento, mais elevado será o índice de divulgação (variável dependente). Contudo, é necessário precisar se tal associação é estatisticamente significativa. Os resultados indicam que o índice de divulgação está positiva e significativamente correlacionado com o total do ativo (variável independente), ($p\text{-value} < 0,01$). Constata-se ainda uma correlação positiva e estatisticamente significativa entre o índice de divulgação e a variável tipo de auditor, ($p\text{-value} < 0,05$), confirmando-se o sinal positivo previsto para ambas as associações. Por isso, pode-se afirmar que a um maior nível de divulgação dos Ativos Intangíveis se associa uma maior dimensão da empresa e o mesmo acontece se a empresa for auditada por uma empresa *BIG 4*.

Embora exista associação positiva entre o índice de divulgação e as variáveis, rendibilidade, internacionalização, endividamento e setor de atividade, não se verifica correlação estatisticamente significativa.

Tabela VII - Análise das correlações

Variáveis	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)
(1) Índice de divulgação	1,000						
(2) Dimensão	0,413 **	1,000					
(3) Rendibilidade	0,066	-0,127	1,000				
(4) Internacionalização	0,106	-0,041	0,152	1,000			
(5) Endividamento	0,179	0,018	-0,013	0,170	1,000		
(6) Tipo de auditor	0,203 *	0,319 **	0,415 **	0,066	-0,016	1,000	
(7) Setor de Atividade	0,167	0,041	0,301 **	0,147	-0,049	0,257 *	1,000

Correlações estatisticamente significativas a um nível de significância de: **0,01 e *0,05

5.5 Análise de Regressão

Para poder concluir sobre a confirmação ou não das hipóteses formuladas recorre-se à análise de regressão. É usado o modelo de regressão linear múltipla. O modelo de regressão foi estimado com recurso ao Método dos Mínimos Quadrados.

A violação da normalidade da distribuição, sugerida pelos testes *Kolmogorov-Smirnov* (K-S) e *Shapiro-Wilk*, para a variável dependente e para as variáveis independentes, pode ter consequências relevantes nas inferências sobre estas mesmas variáveis, quando trabalhadas no modelo de regressão, o que obriga a previamente efetuar um procedimento de normalização de todas, através de uma transformação *Blom*, conforme preconizado por Cooke em 1988 (Oliveira *et al.*, 2011).

Os pressupostos do modelo foram verificados quanto a *outliers*, autocorrelação, multicolinearidade, heterocedasticidade e distribuição normal dos resíduos.

A tabela VIII apresenta os resultados da análise de regressão realizada. O modelo é válido em termos globais, significando que é em geral estatisticamente significativo para explicar a divulgação dos ativos intangíveis ($F = 2,766$; $p\text{-value} <$

0,05). A obtenção de um R^2 ajustado de 0,15, evidencia que o poder explicativo das variáveis independentes na variação da divulgação dos Ativos Intangíveis é de 15%.

Parece ser um valor baixo quando comparado com o obtido em estudos anteriores. A título de exemplo, invoca-se o estudo dos determinantes da divulgação voluntária dos intangíveis, das empresas listadas na Euronext Lisboa no final de 2003 de Oliveira *et al.*(2006), no qual se obteve um resultado para R^2 ajustado de 0,574 sem *outliers* e observações influentes e o estudo sobre a divulgação do Capital Intelectual em Portugal de Ferreira (2008) apresenta um R^2 ajustado de 0,40.

As comparações de estudos são sempre muito melindrosas porque não atendem às especificidades de cada trabalho de investigação, designadamente, dimensão da amostra, período em que decorre a análise, tema, escolha das variáveis e das suas *proxies* e os testes realizados, além disso, corre-se o risco de escolher exemplos contrários excluindo outros que se aproximam do que se pretende comparar. A este propósito, reitera-se a citação do estudo de Lopes e Rodrigues (2007) que trata da análise dos determinantes da divulgação dos instrumentos financeiros nas empresas Portuguesas listadas, no qual são usados vários modelos de regressão, tendo-se obtido o melhor resultado para R^2 ajustado de 0,136.

5.6 Resultados dos Testes e Discussão

Os resultados da tabela VIII mostram uma associação positiva, estatisticamente significativa ($p\text{-value} < 0,01$) entre a dimensão da empresa e o nível de divulgação de ativos intangíveis. A hipótese 1 é suportada. As empresas da amostra com maior dimensão cumprem mais com os requisitos de divulgação dos Ativos Intangíveis. Os resultados corroboram a literatura prévia (Cooke, 1989a, 1989b, 1992; García-meca *et al.*, 2005; Lopes e Rodrigues, 2007; Oliveira *et al.*, 2006). De acordo com a teoria de agência, os custos de agência são mais elevados nas empresas de maior dimensão tendo portanto, necessidade de divulgarem mais para os reduzir. Tais resultados também são consistentes com a teoria da legitimidade que defende que empresas maiores divulgam mais informação como forma de legitimar as atividades e de gerir as percepções dos *stakeholders* quanto à imagem e reputação e, ainda, com a teoria dos custos políticos, dado que quanto maior for a dimensão da empresa mais elevados serão os custos políticos a suportar e, para os reduzir a empresa divulga mais informação.

No que respeita às restantes variáveis independentes do modelo, há várias considerações a fazer:

- a variável tipo de auditor, na análise da correlação mostra uma associação positiva estatisticamente significativa com o índice de divulgação, mas no modelo de regressão não se confirma a relação de dependência entre as duas variáveis ($p\text{-value} > 0,05$). Rejeita-se assim a H2, ou seja, conclui-se pela não existência de relação estatisticamente significativa entre o índice de divulgação dos Ativos Intangíveis e o tipo de auditor. Esta ausência de relação também se constata noutros estudos prévios (Ousama, Fatima, & Hafiz-Majdi, 2012; Wallace et al., 1994) e uma das possíveis explicações para o resultado do presente estudo parece residir no facto de apenas 27% das empresas da amostra serem auditadas por uma das *BIG 4* e
- relativamente às restantes variáveis independentes, endividamento, rendibilidade, tipo de indústria, e internacionalização, no modelo de regressão e, em consonância com os resultados da correlação, confirmam-se associações não estatisticamente significativas com o índice de divulgação. Os resultados da regressão não suportam as hipóteses H3, H4, H5 e H6.

A terceira hipótese deste estudo que previa a relação entre o endividamento e o índice de divulgação é rejeitada, tal como acontece noutros estudos (García-meca, et al., 2005; Lopes e Rodrigues, 2007; Oliveira et al., 2006; Ousama et al., 2012; Raffourmier, 1995; Wallace et al., 1994; Whiting e Woodcock, 2011). O índice de divulgação não ser influenciado pelo endividamento pode justificar-se pelo facto do financiamento da maior parte das empresas Portuguesas (mesmo as cotadas) privilegiar o endividamento bancário em detrimento do financiamento no mercado de títulos mobiliários. Sabe-se também que os bancos acedem às informações das empresas quer através dos respetivos relatórios e contas quer através de contactos diretos entre a empresa e os gestores bancários, proporcionando assim informação adicional que lhes permite perceberem melhor o risco das empresas. Por isso, um maior ou menor nível de endividamento parece não influenciar a divulgação porque há outras opções para obtenção de informação que não a divulgação tradicional. Este resultado também pode ter origem na variável representativa do endividamento.

A rendibilidade é outra variável que não se relaciona significativamente com a divulgação dos AI, este resultado é consistente com alguns estudos (Cooke, 1989a; García-meca, *et al.*, 2005; Morais e Fialho, 2008; Oliveira *et al.*, 2006; Wallace *et al.*, 1994) e contraria outros, (Debreceeny & Rahman, 2005; Ousama *et al.*, 2012; Raffournier, 1995; Wallace & Naser, 1995). A inexistente relação significativa pode dever-se ao que foi defendido por Verrecchia (1983) que refere a existência de um limite de rendibilidade abaixo do qual as empresas não encontram incentivos para divulgar informação, assim, parece que as empresas da amostra do presente estudo estarão abaixo do limiar de rendibilidade. Há ainda a questão que se prende com a escolha da variável representativa da rendibilidade, poderia ser outra diferente da rendibilidade do ativo.

A ausência da relação entre o setor de atividade e a divulgação dos AI, tem acolhimento na literatura prévia (Debreceeny e Rahman, 2005; García-meca *et al.*, 2005; Morais e Fialho, 2008; Morariu, 2012 Wallace *et al.*, 1994). Porém, há literatura que tem concluído em sentido contrário (Lopes e Rodrigues, 2007; Oliveira *et al.*, 2006; Raffournier, 1995; Wallace e Naser, 1995). A obtenção de uma relação não significativa entre o setor de atividade e a divulgação pode ser atribuída a várias circunstâncias como, a identificação dos setores de atividade em intensivos em conhecimento e tecnologia e em não intensivos, dado que estes últimos representam 70% da amostra, esta ser de reduzida dimensão e a seleção de uma variável *dummy* para representação da variável tipo de indústria ou setor de atividade.

Os resultados dos testes levam à rejeição da hipótese 6, ou seja, não há uma relação de dependência significativa entre a variável internacionalização (representada pelo rácio exportações sobre volume de negócios) e a divulgação dos ativos intangíveis, esta afirmação está em sintonia com alguma literatura prévia (Lopes e Rodrigues, 2007; Oliveira *et al.*, 2006). A falta de relação entre a internacionalização e o nível de divulgação dos AI pode dever-se, à seleção da variável representativa das atividades externas, que no modelo em causa apresenta uma média de 10%, ou seja, as exportações representam em média 10% do volume de negócios para as empresas da amostra e estas podem relevar atividades externas correspondentes à existência de negócios no estrangeiro sob a forma de filiais e associadas e pura e simplesmente não incluir exportações.

Tabela VIII - Análise de regressão

Variáveis	Coefficientes	T	Sig.
Constante	-0,114	-0,689	0,493
Dimensão	0,367	3,390	0,001
Rendibilidade	0,064	0,535	0,595
Internacionalização	0,077	0,566	0,573
Endividamento	0,151	1,501	0,138
Tipo de auditor	0,017	0,064	0,949
Setor de Atividade	0,239	1,061	0,293
Ano	-0,028	-0,145	0,885
Ajustamento do modelo:			
R ²		0,235	
R ² ajustado		0,150	
Estatística F		2,766	0,014
Durbin Watson		1,093	

6. Conclusão, limitações e pesquisas futuras

Este estudo analisa o grau de cumprimento dos requisitos de divulgação obrigatória dos Ativos Intangíveis ou o grau de cumprimento dos requisitos de divulgação dos Ativos Intangíveis, incluídos nos parágrafos 117 a 123 da NCRF 6 – Ativos Intangíveis, abrangendo os anos de 2010 (ano de transição do POC para o SNC) e 2011. Com base numa análise de conteúdo dos relatórios e contas disponíveis nas páginas da internet de 37 empresas que pertencem à lista das 500 maiores empresas da Revista Exame, de 2010, é calculado um índice de divulgação dos Ativos Intangíveis com 33 itens, nos quais se incluem todas as exigências de divulgação constantes da NCRF 6, sendo expectável que os resultados obtidos quanto ao nível de divulgação mostrem um incremento de 2010 para 2011. Mas os resultados da análise não o confirmam pois a média do índice de divulgação dos Ativos Intangíveis é 30% nos dois anos.

Fundamenta-se a escolha das hipóteses de estudo na literatura prévia que é variada e diversa e nas teorias de divulgação dos intangíveis, nomeadamente, a teoria da agência, da sinalização, da legitimidade e dos custos políticos. Os resultados do modelo de regressão usado mostram que só a variável dimensão apresenta uma influência positiva estatisticamente significativa sobre o índice de divulgação dos Ativos Intangíveis, e indicam que as empresas de maior dimensão divulgam mais informação dos Ativos Intangíveis. Todas as demais variáveis, (tipo de auditor, rentabilidade, tipo de indústria e internacionalização) não apresentam relação significativa com o referido índice de divulgação, ou seja, não constituem fatores explicativos da divulgação dos Ativos Intangíveis.

Conforme referido atrás o valor médio de divulgação dos Ativos Intangíveis é um valor considerado relativamente baixo por estar em causa divulgações obrigatórias. É provável que tal ocorra pelos gestores e profissionais da contabilidade destas empresas não estarem ainda completamente munidos das competências pedidas pelo novo SNC em tudo o que respeita aos Ativos Intangíveis. Isto está em consonância com o estudo elaborado por Guerreiro et al. (2012) com o objetivo de analisar o grau de preparação de empresas Portuguesas com valores não cotados para adotar o SNC, cujo resultado foi um baixo grau de preparação. Para além disso, os gestores e profissionais da contabilidade podem não estar sensibilizados das vantagens do reconhecimento, registo e divulgação dos AI ou por percecionarem a divulgação como fonte de desvantagens competitivas.

Os resultados deste estudo devem ser interpretados tendo em consideração algumas limitações. A primeira prende-se com a pequena dimensão da amostra, a qual deriva da escolha do canal de divulgação da informação ter recaído nas páginas da internet das empresas que aí divulgam os seus relatórios e contas, por razões de facilidade de acesso á informação e pelo tempo limitado para executar o trabalho. A segunda relaciona-se com a subjetividade inerente ao uso manual da análise de conteúdo, técnica metodológica que possibilitou a construção do índice de divulgação a partir da leitura e posterior codificação da informação e, além disso, trata-se de uma técnica metodológica estática porque admite a análise num espaço temporal delimitado sem evidenciar a estratégia futura da empresa quanto ao dado analisado. O período em análise é de apenas de dois anos, sendo outra limitação porque não permite conjecturar sobre incrementos da divulgação. Para tal necessitar-se-ia de mais períodos de análise, o que para este trabalho era impossível dado que ao momento em que está a ser realizado apenas estão disponíveis dados de 2010 e 2011. A quarta, e talvez a mais importante, é relativa à seleção das variáveis explicativas ou independentes e escolha das variáveis representativas das primeiras, usadas no modelo, porque o resultado obtido de 15 % para o modelo explicativo criado é demonstrativo de que podem existir outros fatores explicativos da divulgação dos AI que não foram contemplados.

Este estudo constitui o primeiro e intrépido passo no sentido da compreensão do fenómeno de divulgação obrigatória dos Ativos Intangíveis em Portugal. É desejável que as quatro limitações identificadas acima funcionem como oportunidades de investigação futura sobre divulgação dos Ativos Intangíveis.

7. Referências Bibliográficas

- Alberti-Alhtaybat, L. v., Hutaibat, K., & Al-Htaybat, K. (2012). Mapping corporate disclosure theories. *Journal of Financial Reporting and Accounting* 10(1), 73-94.
- Almeida, S. G. M. d. (2011). *O impacto da adoção do SNC no setor da olivicultura*. Dissertação de Mestrado em Contabilidade Ramo Fiscalidade, Universidade de Aveiro, Repositório Institucional da Universidade de Aveiro. Retrieved from <http://hdl.handle.net/10773/9702>
- António, S. C. F., Canadas, N. M. P. R., & Pimentel, L. M. (2012). *O alisamento de resultados e a divulgação voluntária da informação: Estudo de caso para o Grupo Portucel – Soporcel* Mestrado em Contabilidade e Relato de Gestão, Instituto Politécnico de Leiria, Leiria. Retrieved from <https://iconline.ipleiria.pt/bitstream/10400.8/703/1/MCRG%20SANDRA%20ANT%c3%93NIO.pdf>
- Ashton, R. H. (2005). Intellectual Capital and Value Creation: a Review. *Journal of Accounting Literature*, 24, 53-134.
- Azevedo, G., & Oliveira, J. (2013). Incremento da divulgação voluntária versus redução na divulgação obrigatória. *TOC*, 161, 36-40.
- Beattie, V., & Thomson, S. J. (2007). Lifting the lid on the use of content analysis to investigate intellectual capital disclosures. *Accounting Forum*, 31(2), 129-163. doi: 10.1016/j.accfor.2007.02.001
- Branco, M. C., Delgado, C., Sá, M., & Sousa, C. (2010). An analysis of intellectual capital disclosure by Portuguese companies. *EuroMed Journal of Business*, 5(3), 258-278. doi: 10.1108/14502191011080809
- Branco, M. C., Delgado, C., Sousa, C., & Sá, M. (2011). Intellectual capital disclosure media in Portugal. *Corporate Communications: An International Journal*, 16(1), 38-52. doi: 10.1108/13563281111100962
- Brooking, A. (1996). *Intellectual Capital: Core Asset for the Third Millennium Enterprise*. London: International Thomson Business Press.
- Cabrita, M. d. R. (2009). *Capital intelectual e desempenho organizacional*. Lisboa: Lidel - Edições Técnicas, Lda
- Cañibano, L., García-Ayuso, M., & Sanchez, P. (2000). Accounting for Intangibles: a Literature Review. *Journal of Accounting Literature*, 19, 102-130.
- Cañibano, L., & Sánchez, M. P. (2004). Measurement, management and reporting on intangibles: state of art. In M. P. S. L. Cañibano (Ed.), *Lecturas sobre intangibles y capital intelectual*. Madrid: Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas.
- CE. (2000). Estratégias para o futuro em matéria de informações financeiras a prestar pelas empresas Retrieved from <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=COM:2000:0359:FIN:PT:PDF>
- CE. (2002). Regulamento (CE) N.º 1606/2002 de 19 de julho de 2002. Retrieved from <http://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:L:2002:243:0001:000:pt:PDF>.

- Cooke, T. E. (1989a). Disclosure In The Corporate Annual Reports Of Swedish Companies. *Accounting and Business Research*, 19(74), 113-124.
- Cooke, T. E. (1989b). Voluntary Corporate Disclosure by Swedish Companies *Journal of International Financial Management & Accounting*, 1(2), 171-195. doi: 10.1111/j.1467-646X.1989.tb00009.x
- Cooke, T. E. (1992). The Impact of Size, Stock Market Listing and Industry Type on Disclosure in the Annual Reports of Japanese Listed Corporations. [Article]. *Accounting & Business Research (Wolters Kluwer UK)*, 22(87), 229-237.
- Correia, A. I. F. (2011). *Activos intangíveis numa empresa de prestação de serviços - transição do POC para SNS*. Dissertação de Mestrado em Contabilidade, Fiscalidade e Finanças Empresariais, Universidade Técnica de Lisboa, Repositório da Universidade Técnica de Lisboa. Retrieved from <http://hdl.handle.net/10400.5/>
- Cunha, R. (2009). *Divulgação de informação e direitos de inscrição desportiva sobre jogadores: Estudo da IAS 38 em clubes de futebol europeus*. Retrieved from <http://repositorio-iul.iscte.pt/bitstream/10071/2008/1/Divulga%3c3%a7%3c3%a3o%20de%20informa%3c3%a7%3c3%a3o%20e%20direitos%20de%20inscri%3c3%a7%3c3%a3o%20desportiva%20sobre%20jogadores%20-%20Estudo%20da%20IAS%2038%20em.pdf> RCAAP - Repositório do ISCTE-IUL database.
- Curado, C., Henriques, L., & Bontis, N. (2011). Intellectual capital disclosure payback. *Management Decision*, 49(7), 1080-1098. doi: 10.1108/00251741111151154
- Debreceeny, R., & Rahman, A. (2005). Firm-specific determinants of continuous corporate disclosures. *International Journal of Accounting* 40(3), 249-278.
- Decreto-lei n.º 35/2005 de 17 de fevereiro do Ministério das Finanças e da Administração Pública*. (2005). Diário da República I Série -A n.º 34 Retrieved from <http://www.dre.pt/cgi/dr1s.exe?t=dr&cap=1-1200&doc=20050523%20&v02=&v01=2&v03=1900-01-01&v04=3000-12-21&v05=&v06=&v07=&v08=&v09=&v10=&v11='Decreto-Lei'&v12=&v13=&v14=&v15=&sort=0&submit=Pesquisar>.
- Decreto-Lei n.º 158/2009 de 13 de julho do Ministério das Finanças e da Administração Pública, SNC*. (2009). Diário da República, I Série n.º 133: Retrieved from <http://dre.pt/cgi/dr1s.exe?t=d&cap=&doc=20091699&v01=1&v02=2009-07-13&v03=&v04=&v05=&v06=&v07=&v08=&v09=&v10=&v11=&v12=&v13=&v14=&v15=&v16=&v17=&v18=&v19=&v20=&v21=&v22=&v23=&v24=&v25=&sort=0&submit=Pesquisar&d=2009-07-13&maxDate=2011-03-28&minDate=1960-01-01>.
- Depoers, F. (2000). A cost benefit study of voluntary disclosure: some empirical evidence from French listed companies. *European Accounting Review*, 9(2), 245-263. doi: 10.1080/09638180050129891
- Fasterling, B. (2012). Development of Norms Through Compliance Disclosure. *Journal of Business Ethics* 106(1), 73-87. doi: DOI 10.1007/s10551-011-1055-y
- Ferreira, A. L. P. (2008). *A Divulgação de Informação sobre Capital Intelectual em Portugal - Uma análise exploratória*. Dissertação de Mestrado em Contabilidade, Universidade do Porto, Repositório Aberto da Universidade do Porto Retrieved from <http://repositorio-aberto.up.pt/handle/10216/7481>
- Ferreira, H., Cravo, D., & Azevedo, G. (2012). Efeito da adoção da NCRF 6 "Ativos Intangíveis" do Sistema de Normalização Contabilística. *Estudos do ISCA*, IV(3), 1-16. Retrieved from <http://revistas.ua.pt/index.php/estudosdoisca/article/viewFile/1337/1221>

- Ferreira, H. M. S. (2011). *Impacto da adoção da NCRF 6 "Ativos Intangíveis" do SNC*. Mestrado em Contabilidade - Ramo Auditoria, Universidade de Aveiro, RIA - Repositório Institucional da Universidade de Aveiro. Retrieved from <http://hdl.handle.net/10773/8769>
- Figueiredo, S. M. G. d. (2012). *A Evolução da divulgação de informação sobre os benefícios dos empregados: o caso das empresas do PSI 20 nos anos de 2007 a 2009* Mestrado em Contabilidade, Universidade de Lisboa, Repositório Científico do Instituto Politécnico de Lisboa. Retrieved from <http://hdl.handle.net/10400.21/2588>
- Fontes, A., Rodrigues, L. L., & Craig, R. (2005). Measuring convergence of National Accounting Standards with International Financial Reporting Standards. *Accounting Forum*, 29(4), 415-436. doi: 10.1016/j.accfor.2005.05.001
- Gandía, J. L. (2008). Corporate e-Governance Disclosure in the Digital Age: An Empirical Study of Spanish Listed Companies. Retrieved from <http://search.proquest.com/docview/189888998?accountid=26357>
doi:<http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.531182>
- García-meca, E., Parra, I., Larrán, M., & Martínez, I. (2005). The explanatory factors of intellectual capital disclosure to financial analysts. *European Accounting Review*, 14(1), 63-94.
- Gkinoglou, E. (2011). Measure the Unmeasurable? Intangible Assets as the Major Strategic Keys of Enterprises: Their Contribution, Difficulties and Proposals for Reliable Financial Statements. [Article]. *Proceedings of the European Conference on Intellectual Capital*, 514-526.
- Góis, C. M. G. G. (2013). A governação das sociedades - qual a ligação ao relato financeiro? (II). *TOC*, 158, 57-59.
- Gomes, P., Serra, S., & Ferreira, E. (2005). Activos intangíveis: o grau de adaptação das empresas portuguesas cotadas na Euronext relativamente à IAS 38. *Contabilidade e Gestão*, 2, 15-53.
- Guerreiro, M. S., Rodrigues, L. L., & Craig, R. J. (2012). Factors influencing the preparedness of large unlisted companies to implement adapted International Financial Reporting Standards in Portugal. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 21(2), 169-184.
- Guthrie, J., Petty, R., Yongvanich, K., & Ricceri, F. (2004). Using content analysis as a research method to inquire into intellectual capital reporting. *Journal of intellectual capital*, 5(2), 282-293.
- Habersam, M., & Piber, M. (2003). Exploring intellectual capital in hospitals: two qualitative case studies in Italy and Austria *European Accounting Review*, 12(4). doi: 10.1080/09638180310001628455
- Kang, H. H., & Gray, S. J. (2011). Reporting intangible assets: Voluntary disclosure practices of top emerging market companies. *The International Journal of Accounting*, 46(4), 402-423. doi: 10.1016/j.intacc.2011.09.007
- Kateb, I. (2012). An Analysis of the Determinants of Voluntary Structural Capital Disclosure by Listed French Companies. *International Journal of Business and Management*, 7(11), 95-110.
- Khelifi, F., & Bouri, A. (2010). Corporate Disclosure and Firm Characteristics: A Puzzling Relationship. [Article]. *Journal of Accounting, Business & Management*, 17(1), 62-89.

- Landini, F., Arrighetti, A., & Lasagni, A. (2011). *The Determinants of Intangible Assets in Manufacturing Firms: Evidence from Italy*. Paper presented at the 6th International Forum on Knowledge Asset Dynamics Jun 15-17, 2011, Matera.
- Lev, B. (2003). Remarks on the Measurement, Valuation, and Reporting of Intangible Assets. [Article]. *Economic Policy Review (19320426)*, 9(3), 17-22.
- Lev, B., & Zambon, S. (2003). Intangibles and intellectual capital: an introduction to a special issue *European Accounting Review*, 12(4), 597-603.
- Lev, B., & Zarowin, P. (1999). The boundaries of financial reporting and how to extend them. *Journal of Accounting Research*, 37(3), 353-386.
- Li, J., Pike, R., & Haniffa, R. (2008). Intellectual capital disclosure and corporate governance structure in UK firms. *Accounting and Business Research*, 38(2), 137-159.
- Lopes, P. T., & Rodrigues, L. L. (2007). Accounting for financial instruments: An analysis of the determinants of disclosure in the Portuguese stock exchange *The International Journal of Accounting*, 42(1), 25-56.
- Macagnan, C. B. (2009). Evidenciação voluntária: fatores explicativos da extensão da informação sobre recursos intangíveis. [Article]. *Revista Contabilidade & Finanças - USP(50)*, 46-61.
- Martins, J. L. (2005). *Capital intelectual : uma análise exploratória*. ic-online. Retrieved from <https://iconline.ipleiria.pt/handle/10400.8/571>
- Martins, M. M. (2012). *A Divulgação do Capital Intelectual em Portugal na Primeira Década Século XXI*. Paper presented at the XV Encontro AECA - Forum 1, Esposende, 20-21 September.
- Mendonça, J. (2012). *As Empresas e Instituições Hospitalares com Mais Despesa em Atividades de I&D em 2010 - PORTUGAL*. Lisboa: Direção-Geral de Estatísticas da Educação e Ciência Retrieved from [http://www.dgeec.mec.pt/np4/206/%7B\\$clientServletPath%7D/?newsId=11&fileName=Ranking2010IPCTN_Publica_o.pdf](http://www.dgeec.mec.pt/np4/206/%7B$clientServletPath%7D/?newsId=11&fileName=Ranking2010IPCTN_Publica_o.pdf).
- MERITUM, P. (2002). *Guidelines for Managing and Reporting on Intangibles (Intellectual Capital Report)*. Fundación Airtel Móvil, Madrid.
- Miller, J., & Whiting, R. H. (2005). *Voluntary Disclosure of Intellectual Capital and the "Hidden Value"*. Paper presented at the Accounting and Finance Association of Australia and New Zealand
- Morais, A., & Fialho, A. (2008). Do Harmonised Accounting Standards Lead to Harmonised Accounting Practices? An Empirical Study of IAS 39 Measurement Requirements in Some European Union Countries. *Australian Accounting Review*, 18(3), 224-236. doi: 10.1111/j.1835-2561.2008.0027.x
- Morariu, M. C. (2012). *An Explanatory Study Regarding the Determinants of Intellectual Capital in the Case of Romanian Public Companies*. Nr Reading: Acad Conferences Ltd.
- Normas Contabilísticas de Relato Financeiro - Aviso N.º 15655 do Diário da República, n.º 173 de 7 de Setembro (2009).
- Oliveira, J., Rodrigues, L. L., & Craig, R. (2011). Risk-related disclosures by non-finance companies: Portuguese practices and disclosure characteristics. *Managerial Auditing Journal*, 26(9), 817-839. doi: DOI 10.1108/02686901111171466

- Oliveira, L., Rodrigues, L. L., & Craig, R. (2006). Firm-specific determinants of intangibles reporting: evidence from the Portuguese stock market. *Journal of Human Resource Costing & Accounting*, 10(1), 11-33. doi: 10.1108/14013380610672657
- Oliveras, E., Gowthorp, C., Kasperskaya, Y., & Perramon, J. (2008). Reporting intellectual capital in Spain. *Corporate Communications*, 13(2), 168-181. doi: 10.1108/13563280810869596
- Orens, R., Aerts, W., & Lybaert, N. (2009). Intellectual capital disclosure, cost of finance and firm value. *Management Decision*, 47(10), 1536-1554. doi: 10.1108/00251740911004673
- Ousama, A. A., Fatima, A.-H., & Hafiz-Majdi, A. R. (2012). Determinants of intellectual capital reporting Evidence from annual reports of Malaysian listed companies. *Journal of Accounting in Emerging Economies*, 2(2), 119-139.
- Paiva, I. M. R. (2011). *NCRF Nº 1 - Estrutura e conteúdos das demonstrações financeiras e implicações fiscais e em auditoria*. Mestrado em Auditoria, Universidade do Porto, Repositório Científico do Instituto Politécnico do Porto Retrieved from <http://recipp.ipp.pt/handle/10400.22/1175>
- Raffournier, B. (1995). The determinants of voluntary financial disclosure by Swiss listed companies *European Accounting Review*, 4(2), 261-280.
- Rimmel, G. (2001). The New Organizational Wealth: Managing and Measuring Knowledge-Based Assets, Karl Erik Sveiby, Berrett-Koehler, San Fransisco, 1997, 275 pp. *Scandinavian Journal of Management*, 17(4), 522-524. doi: [http://dx.doi.org/10.1016/S0956-5221\(00\)00026-9](http://dx.doi.org/10.1016/S0956-5221(00)00026-9)
- Rodrigues, L. L. (2013). TOC no Estado credibilizariam contas públicas. *TOC*, 157, 13-13.
- Sá, C. S. V. F. d. (2010). *Activos Intangíveis: Impacto da Adopção das IAS ao nível das Despesas de I&D*. Dissertação de Mestrado apresentada ao ISCA- Instituto Superior de Contabilidade e Administração, Universidade de Aveiro, RIA. Retrieved from <http://ria.ua.pt/bitstream/10773/3576/1/Disserta%C3%A7%C3%A3o%20de%20Mestrado.pdf>
- Silva, M. d. L. R. d., Rodrigues, A. M. G., & Muñoz Dueñas, M. d. P. (2012). Disclosure of Intangible Assets: an Empirical Study of Financial Corporations in the Iberian Peninsula. (Facoltà di Economia dell'Università di Salerno).
- Silva, P. (2010). Efeito da aplicação da Norma Internacional de Contabilidade N.º 38 – Activos Intangíveis – na Península Ibérica. Retrieved from <http://hdl.handle.net/10773/3587>
- Singh, S., & Kansal, M. (2011). Voluntary disclosures of intellectual capital: An empirical analysis. *Journal of Intellectual Capital* 12(2), 301-318.
- Sousa, C. (2009). *O Capital Intelectual em Portugal - Uma Análise Exploratória*. Tese de Mestrado em Contabilidade, Faculdade de Economia - Universidade do Porto, Repositório Aberto da Universidade do Porto. Retrieved from <http://hdl.handle.net/10216/56109>
- Sousa, J. F. (2009). *A Divulgação Voluntária de Informação Empresarial em Portugal e Espanha*. Paper presented at the XV Congreso AECA 23 a 25 Septiembre 2009, Valladolid. http://www.aeca1.org/pub/on_line/comunicaciones_xvcongresoaeca/general.htm
- Striukova, L., Unerman, J., & Guthrie, J. (2008). Corporate reporting of intellectual capital: Evidence from UK companies. *The British Accounting Review*, 40(4), 297-313. doi: 10.1016/j.bar.2008.06.001

- Tsalavoutas, I. (2011). Transition to IFRS and compliance with mandatory disclosure requirements: What is the signal? *Advances in Accounting, Incorporating Advances in International Accounting*, 27(2), 390-405.
- Veltri, S., & Nardo, M. T. (2013). The Intangible Global Report: an integrated corporate communication framework. *Corporate Communications: An International Journal*, 18(1), 26-51. doi: 10.1108/13563281311294119
- Vergauwen, P., Bollen, L., & Oirbans, E. (2007). Intellectual capital disclosure and intangible value drivers: an empirical study. [Article]. *Management Decision*, 45(7), 1163-1180. doi: 10.1108/00251740710773961
- Verrecchia, R. E. (1983). Discretionary disclosure. *Journal of Accounting and Economics*, 5(C), 179-184. doi: 10.1016/0165-4101(90)90021-U
- Verrecchia, R. E. (2001). Essays on disclosure. *Journal of Accounting and Economics*, 32, 97-180.
- Wallace, R. S. O., & Naser, K. (1995). Firm-Specific Determinants of the Comprehensiveness of Mandatory Disclosure in the Corporate Annual Reports of Firms Listed on the Stock Exchange of Hong Kong. [Article]. *Journal of Accounting & Public Policy*, 14(4), 311-368.
- Wallace, R. S. O., Naser, K., & Mora, A. (1994). The Relationship Between the Comprehensiveness of Corporate Annual Reports and Firm Characteristics in Spain. [Article]. *Accounting & Business Research (Wolters Kluwer UK)*, 25(97), 41-53.
- Whiting, R. H., & Woodcock, J. (2011). Firm characteristics and intellectual capital disclosure by Australian companies. *Journal of Human Resource Costing & Accounting*, 15(2), 102-126.
- Williams, S. M. (2001). Is intellectual capital performance and disclosure practices related? *Journal of Intellectual Capital*, 2(3), 192-203. doi: 10.1108/14691930110399932
- Wyckoff, A. (2013). Knowledge is growth, from <http://www.oecd.org/science/knowledge-is-growth.htm>

8. Anexos

8.1 Lista dos Requisitos de Divulgação dos Ativos Intangíveis

Itens	Divulgações	Sim	Não	NA
	A entidade possui intangíveis?			
	- Se sim, que tipo de ativo fixo intangível?			
	- Adquiridos separadamente?			
	- Se adquiridos separadamente, que classes de ativos intangíveis?			
	- Gerados internamente?			
	- Se gerados internamente, que classes de ativos intangíveis?			
1	- As divulgações são efetuadas de forma separada entre ativos adquiridos separadamente e gerados internamente?			
2	- Por classe de ativos intangíveis, períodos de vida útil?			
3	- Finita?			
4	- Taxas de amortização			
5	- Métodos de amortização			
6	- Quantia bruta escriturada e qualquer amortização acumulada no começo e fim do período			
7	- Indefinida?			
8	- Quantia escriturada			
9	- Razões que justificam a atribuição de vida útil indefinida e descrição pormenorizada dos fatores significativos			
10	- Apresenta uma reconciliação da quantia escriturada no começo e fim do período?			
11	- Apresenta uma descrição, quantia escriturada e o período de amortização restante de qualquer ativo intangível individual materialmente relevante?			
	- Ativos intangíveis adquiridos numa CAE			
12	- Descrição dos fatores que contribuíram para um custo que resultou no reconhecimento do goodwill			
13	- Descrição de cada ativo intangível que não tenha sido reconhecido separadamente do goodwill			
14	- Explicação das razões que impossibilitaram mensurar um ativo intangível pelo justo valor			
15	- Descrição da natureza de qualquer excesso reconhecido nos resultados			
16	- Descrição de informações que permita aos utentes das DFs avaliar alterações na QE de goodwill			

17	- Reconciliação da QE do goodwill no início e no final do período?			
18	- Informação sobre a quantia recuperável e da imparidade do goodwill?			
	- Ativos intangíveis adquiridos por meio de um subsídio do Governo?			
19	- Reconhecido inicialmente por uma quantia nominal?			
20	- Reconhecido inicialmente pelo seu justo valor?			
21	- O justo valor inicialmente reconhecido é divulgado?			
22	- A sua quantia escriturada é divulgada?			
23	- Modelo de mensuração subsequente:			
24	- Modelo do custo?			
25	- Modelo de revalorização?			
26	- Identificação dos ativos intangíveis e suas quantias escrituradas cuja titularidade esteja restringida ou tenham sido dados como garantias de passivos			
27	- Descrição das quantias de compromissos contratuais para aquisição de ativos intangíveis			
	- A empresa adota o modelo de revalorização e por classe de ativos intangíveis divulga:			
28	- A data de eficácia da revalorização			
29	- A quantia escriturada de ativos intangíveis revalorizados			
30	- A quantia escriturada que teria sido reconhecida se a classe revalorizada de ativos intangíveis tivesse sido mensurada após o reconhecimento usando o modelo de custo			
31	- A QE do excedente de revalorização relacionada com ativos intangíveis no início e no final do período, e posteriores alterações			
32	- Métodos e pressupostos significativos aplicados na estimativa do justo valor dos ativos			
	- Relativamente a dispêndios com pesquisa e desenvolvimento			
33	- Divulga a quantia agregada do dispêndio de pesquisa e desenvolvimento reconhecido como gasto?			

8.2 Mapa das Categorias do Capital Intelectual

Mapa 2 - Mapa das Categorias do Capital Intelectual

Elementos do CI	Estudos	Projeto	Guthrie	Oliveira	Gomes	Striukova	Ferreira,	Singh &	Branco	Gkinoglou,	Whiting &	Martins,	Morariu
	MERITUM	2002	et al., 2004	et al., 2006	et al., 2007	et al., 2008	A. L. P., 2008	Kansal, 2011	et al., 2011	E., 2011	Woodcock, 2011	M.M., 2012	M.C., 2012
Capital Humano													
Know-how		X		X	X		X	X	X	X		X	X
Educação		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Formação /Qualificações vocacionais		X	X	X	X	X	X	X			X	X	X
Trabalhadores/Empregados/Ativos Humanos			X	X		X	X		X	X	X	X	X
Conhecimentos relacionados com trabalho		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Competências relacionadas com trabalho				X	X		X	X	X	X		X	X
Empreendedorismo/Inovação/Flexibilidade/Lealdade		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Incentivos e remunerações/ satisfação		X		X									
Produtividade				X									
Segurança e saúde no trabalho				X	X								
Capital Externo													
Marcas			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Consumidores/Clientes			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Lealdade/Satisfação dos consumidores/clientes		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Nomes das empresas			X	X		X	X	X	X		X	X	X
Canais de Distribuição			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Acordos de colaboração em negócios/investigação		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Acordos de Licenciamento/Certificações		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Acordos favoráveis		X		X	X	X	X	X	X	X		X	X
Acordos de franchising				X	X		X	X	X			X	X
Prêmios/Distinções							X		X				
Carteira de Encomendas				X	X								
Imagem/ reputação da empresa		X		X	X	X				X			
Atividade ambientais				X									
Investidores / Fornecedores				X	X								X
Pesquisa e desenvolvimento						X							
Comunidade envolvente				X	X								
Concorrentes					X								
Contactos financeiros, etc												X	
Capital Interno													
Patentes		X			X		X	X	X	X		X	X
Direitos de autor		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Marcas comerciais		X			X		X	X	X	X		X	X
Filosofia de gestão			X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Cultura organizacional/empresarial		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Processos de gestão		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Sistemas de informação		X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Sistemas de rede		X		X	X	X	X	X	X	X		X	X
Relações Financeiras			X		X	X	X	X	X		X	X	X
Ativos de infra-estrutura									X	X			X
Atividades pesquisa e desenvolvimento (I & D)				X								X	
Conhecimento da empresa				X									X
Diversidade cultural													X
Bases de dados					X								
Total de Elementos do CI por Estudo		18	18	32	30	20	26	24	26	20	18	27	29

Fonte: Elaboração própria