



São Paulo, 21 a 23 de Julho de 2014

**Novas Perspectivas
na Pesquisa Contábil**

**Divulgação de Ativos Intangíveis: um estudo em empresas familiares listadas na
BM&FBovespa**

JOSIANE BRIGHENTI

Fundação Universidade Regional de Blumenau

TÂNIA CRISTINA CHIARELLO

Fundação Universidade Regional de Blumenau

FABRICIA SILVA DA ROSA

Fundação Universidade Regional de Blumenau

**Divulgação de Ativos Intangíveis: Um Estudo em Empresas Familiares Listadas na
BM&FBovespa**

RESUMO

As constantes mudanças nos regulamentos contábeis na última década, concomitante com o processo de convergência às normas internacionais de contabilidade, instituído pela Lei 11.638/2007, trouxeram consigo novos padrões a serem seguidos. A divulgação de ativos intangíveis foi um deles, se tornando obrigatória para as companhias de capital aberto a partir de 2010. Este estudo teve por objetivo, avaliar os fatores que influenciam a evidenciação de ativos intangíveis de empresas familiares listadas na BM&FBovespa. Nesse sentido, a população deste estudo é composta por empresas familiares brasileiras listadas na BM&FBovespa, no período de 2010 a 2012, e destas, compõem-se a amostra, que corresponde a 64 empresas. Metodologicamente a pesquisa caracteriza-se como descritiva, por meio de pesquisa documental, com abordagem quantitativa. O procedimento de coleta e análise dos dados foi realizado de forma documental, extraiu-se das demonstrações contábeis e notas explicativas de cada empresa familiar, as informações necessárias para aplicar a estatística descritiva e a regressão linear múltipla. Os resultados deste estudo denotam, que quanto maior é a empresa, maior é o índice de evidenciação de ativos intangíveis, e esse valor cresce de acordo com o crescimento da organização, o que condiz com a hipótese H_1 . O mesmo ocorre com a H_3 , indica que os achados influenciam a divulgação dos ativos intangíveis. Já a hipótese H_2 não se confirmou, o retorno sobre o patrimônio líquido não influencia para a divulgação dos ativos intangíveis. As variáveis, tamanho e porcentagem dos ativos intangíveis, divulgados no balanço patrimonial, tem forte influência e explicam a divulgação de ativos intangíveis das empresas objeto do estudo.

1 INTRODUÇÃO

A internacionalização dos mercados, a evolução de tecnologias de informação e comunicação, e as mudanças nos regulamentos, resultaram em mudanças significativas das instituições na última década, com os avanços estruturais e tecnológicos que fazem gestão de topo repensar suas estratégias de negócios (Cabrita & Bontis, 2008).

Cunha (2006) argumenta que o debate sobre a chamada Nova Economia é uma questão discutida entre economistas, administradores e cientistas políticos. No início do século XXI os ativos intangíveis estão desempenhando um papel crescentemente dominante na criação de riqueza. Assim, acarretam-se para atualidade de novas formas para o tão desejado aumento do capital.

No Brasil, o registro dos ativos intangíveis no Balanço Patrimonial das empresas constitui-se somente a partir da Lei nº 11.638/2007, tornando-se imprescindível a introdução do grupo Intangível no Ativo Não Circulante. Logo em seguida, o Comitê de Pronunciamentos Contábeis [CPC] 04 R1 (2010), com base na International Accounting Standard [IAS] 38, estabeleceu critérios de contabilização para o reconhecimento e à mensuração dos ativos intangíveis, determinando a divulgação de informações específicas sobre esses ativos em notas explicativas às demonstrações contábeis das empresas.

Neste aspecto se inserem as empresas familiares, cujas características principais incluem a participação da família no capital votante e na gestão da empresa (Lam & Cheung, 1992). As empresas familiares possuem como característica, apresentar objetivos convergentes aos interesses da família, que compreendem principalmente a sobrevivência da empresa e a maximização de seu valor no longo prazo (Shyu, 2011). Diante destes interesses familiares, a busca por um melhor desempenho da empresa passa a ser também o objetivo da família. Neste aspecto pesquisas como as de Maury (2006), Martínez, Stöhr e Quiroga (2007) e Shyu (2011), têm apontado para um desempenho superior das empresas familiares quando comparadas as não familiares.

Diante das modificações em todo panorama de empresas familiares no Brasil, e da busca estratégica para o crescimento da riqueza dentro do mercado, é lançada a seguinte questão de pesquisa: Quais os fatores que influenciam a evidenciação de ativos intangíveis de empresas familiares listadas na BM&FBovespa? Assim, o objetivo do estudo é avaliar os fatores que influenciam a evidenciação de ativos intangíveis de empresas familiares listadas na BM&FBovespa.

A pesquisa se justifica pela grande relevância das empresas familiares no Brasil. Conforme Silva e Majluf (2008), as empresas familiares possuem elevada participação no mercado de capitais de países emergentes, apresentando maior superioridade do que nos países desenvolvidos. Na concepção de Martin-Reyna e Duran-Encalada (2012), o tema de empresas familiares é escasso no Brasil e com pouco desenvolvimento, além disso, o número de pesquisas que retratam os negócios da família é menor.

Estudos anteriores, já foram abordados por diversos autores, como Córcoles (2010) que indagou a compreensão do nível de interesse que empresas espanholas fornecem informações a partir do estudo de ativos intangíveis. Antunes e Leite (2008) trataram da verificação adequada das informações na divulgação de ativos intangíveis, de forma qualitativa, na percepção de analistas de corretoras de valores. Outros que contribuíram para a pesquisa nesse assunto foram Silva, Rodrigues e Dueñas (2012) que analisaram o efeito da divulgação de ativos intangíveis nas contas consolidadas de sete bancos portugueses e sete bancos espanhóis, entre os anos de 2006 e 2009.

Tais estudos citados contribuem para a pesquisa sobre divulgação de ativos intangíveis, pois estes, enfatizam a importância das informações contidas nos bens intangíveis da entidade,

e como a qualidade delas afeta na percepção dos usuários. A presente pesquisa afunila o tema, a uma lacuna ainda não estudada sobre o assunto, e a um período, em que as informações coletadas para análise se diferem dos estudos anteriormente citados. A aplicação de tal análise em um país diferente, em um período posterior e com uma amostra diferente, permite ao pesquisador identificar não apenas semelhanças entre as pesquisas, mas também quais são os fatores que melhor as diferenciam no resultado.

2 REFERÊNCIAL TEÓRICO

A fundamentação teórica aborda os temas relacionados à pesquisa, com objetivo de dar suporte teórico aos argumentos expostos, quando da análise dos resultados da pesquisa. Inicialmente apresenta-se uma breve conceituação de ativos intangíveis, em seguida aborda-se o tema empresas familiares, findando com os estudos correlatos no que tange a evidenciação dos ativos intangíveis pelas empresas. Nesta seção, apresentam-se diferentes argumentos identificados na literatura, que possam justificar o detalhamento da divulgação dos ativos intangíveis pelas empresas.

2.1 Ativos intangíveis

Os ativos intangíveis representam o grupo do ativo que desencadeia as maiores discussões acerca de reconhecimento e principalmente no que tange a mensuração de seus valores e estimativa de suas vidas úteis (Hendriksen & Van Breda, 1999).

O ativo intangível pode ser definido como sendo um ativo não monetário identificável sem substância física. Além disso, para ser considerado como tal, deve atender aos requisitos de serem identificáveis, controlados pela entidade e geradores de benefícios econômicos futuros (CPC 04 R1, 2010).

Na definição de Perez e Famá (2006) os ativos intangíveis possuem natureza permanente, e não existem fisicamente sem controle e disposição da empresa, porém, geram benefícios futuros.

Para Hendriksen e Van Breda (1999, p. 387), os intangíveis são “ativos que carecem de substância” e para que assim sejam reconhecidos devem preencher os requisitos de “reconhecimento de todo e qualquer ativo, ou seja, devem atender à definição de um ativo, devem ser mensuráveis e devem ser relevantes e precisos”, além disso, os autores salientam que esses ativos devem representar prováveis benefícios econômicos futuros para a entidade.

A definição de ativo intangível pela norma é a mesma das demais estruturas conceitual, de acordo com Young (2010) a IAS 38 caracteriza tais ativos como não monetários identificáveis e sem substância física. Além disso, os autores salientam que os intangíveis são ativos e como tal são recursos controlados pela entidade, dos quais se espera benefícios futuros.

Conforme Hoss, Rojo e Grapeggia (2010, p. 1) “a palavra *intangível* vem do latim *tangere*, ou tocar”, podendo assim entender os ativos intangíveis como “bens que não podem ser tocados porque não tem corpo”. Da mesma forma, Hendriksen e Van Breda (1999) citam tal derivação do latim e acrescentam que, formalmente, diz-se que os ativos intangíveis são incorpóreos.

Ernst & Young e Fipecafi (2010, p. 369) relatam a respeito das dificuldades do reconhecimento de ativos intangíveis nas demonstrações financeiras, tais dificuldades estariam “relacionadas à sua identificação, passando pela análise de seu potencial de geração de benefícios econômicos futuros e mensuração de seu custo de maneira confiável”. Os autores salientam que devido à proporção de investimentos realizados pelas organizações nesse grupo de ativos, fez-se necessário a busca de maiores orientações para um tratamento contábil adequado.

Para seu reconhecimento Hendriksen e Van Breda (1999) justificam que os intangíveis não deixam de ser ativos por simplesmente não possuírem substância, desta forma, são aplicáveis as mesmas regras válidas para todos os ativos.

Dois critérios são determinantes para que um ativo intangível possa ser reconhecido, primeiro se for provável que os benefícios econômicos futuros esperados atribuíveis ao ativo serão gerados em favor da entidade e segundo se o custo do ativo possa ser mensurado com confiabilidade (CPC 04 R1, 2010).

Na concepção de Perez e Famá (2006), a simples existência de qualquer ativo intangível não é razão suficiente para o reconhecimento contábil, principalmente quando criado ou desenvolvido internamente e que possua certa subjetividade, como é o caso do software. Para o reconhecimento de ativos intangíveis adquiridos externamente, Sá (2010) salienta que devem ser seguidos critérios distintos dos ativos gerados internamente, e que ocorrem em duas fases, a da pesquisa e a do desenvolvimento.

Quanto à origem dos ativos intangíveis, Hendriksen e Van Breda (1999) defendem a ideia que a grande maioria são criados quando se gasta caixa ou equivalente com serviços, alguns desses são conhecidos como tradicionais e outros como despesas diferidas, como exemplos de intangíveis tradicionais têm-se (patentes, licenças, direitos de autoria, marcas, franquias e *goodwill*), como exemplo de despesas diferidas podem ser citados (propaganda e promoção, custos de pesquisa e desenvolvimento, pesquisas de marketing, dentre outros).

Da mesma forma, o CPC 04 R1 (2010, item 9) justifica a existência dos ativos intangíveis, retratando que frequentemente as entidades despendem recursos ou ainda contraem obrigações para aquisição, desenvolvimento, manutenção e aprimoramento de recursos intangíveis como “conhecimento científico ou técnico, projeto e implantação de novos processos ou sistemas, licenças, propriedade intelectual, conhecimento mercadológico, nome, reputação, imagem e marcas registradas (incluindo nomes comerciais e títulos de publicações)”. Ainda, o CPC 04 R1 (2010) traz alguns exemplos dos ativos intangíveis mais importantes para as empresas como patentes, direitos autorais, franquias, software e o *goodwill*.

Conforme Hendriksen e Van Breda (1999, p. 390) o *goodwill* é o “principal exemplo de um intangível que não possui usos alternativos, não é separável, e cujos benefícios são muito incertos”. Além disso, o *goodwill* apresenta determinadas vantagens que não são pacíficas de identificação, porém, seu reconhecimento é possível quando comparado o valor de mercado de uma empresa ao valor de seus ativos líquidos.

O CPC 04 R1 (2010) trata o *goodwill* como sendo ágio derivado da expectativa de rentabilidade futura que é reconhecido a partir de uma combinação de negócios, ou mais especificamente, trata como sendo um ativo que representa benefícios econômicos futuros que são gerados por meio de outros ativos adquiridos em tais combinações de negócios, e que não são identificados individualmente, tampouco reconhecidos separadamente.

Quanto à mensuração dos ativos intangíveis, Hendriksen e Van Breda (1999, p. 391) salientam da dificuldade de medir tais ativos, principalmente quando não são identificáveis ou separáveis. No caso do *goodwill*, os autores citam que a solução seria tratar tal intangível como resíduo, ou seja, “calcula-se algum valor para os ativos tangíveis e atribui-se a diferença entre esse valor e o valor total do ativo como um todo ao intangível”. Por outro lado, quando os intangíveis podem ser identificados e separados é possível mensurá-los de diferente maneira, utiliza-se em princípio, o valor presente de seus benefícios projetados, caso é o das patentes e direitos autorais. Contudo, os autores ressaltam que usualmente os contadores, em razão da maior precisão presumida, têm preferido utilizar como medida os custos de transação.

Da mesma forma, o IASB optou para mensuração dos ativos intangíveis, o custo como base inicial. De acordo com a Ernst & Young e Fipecafi (2010, p. 379) “é importante ressaltar

que, no caso de uma combinação de negócios, os intangíveis reconhecidos deverão ser mensurados pelos seus respectivos valores justos, os quais serão tratados como o seu custo inicial”. Em relação aos gastos com desenvolvimento que possam ser reconhecidos, devem ser identificados separadamente dos demais gastos da empresa, a fim de atender ao critério de mensuração.

Conforme estabelecido no CPC 04 R1 (2010) a entidade tem a opção, em determinadas circunstâncias, de mensurar seus ativos intangíveis pelo método de custo ou pelo método de reavaliação, desde que este último não esteja restringido por lei ou norma legal. O pronunciamento destaca ainda que caso haja contabilização de um ativo pelo método de reavaliação, os demais ativos que pertencem a sua classe devem também ser assim contabilizados, a exceção ocorre quando existir mercado ativo para tais itens.

Dentro desse contexto de divulgação de intangíveis pelas empresas brasileiras em detrimento ao CPC 04, se inserem as empresas familiares que representam em quantidades consideráveis de organizações atuantes no Brasil.

2.2 Empresas familiares

No Brasil a abordagem de assuntos relacionados às empresas familiares está ocorrendo de forma mais acentuada. Para Anderson e Reeb (2003) apesar de uma ampla literatura que trata de empreendimentos familiares torna difícil encontrar a definição exata do que é uma empresa familiar.

Um dos precursores do tema e o primeiro a apresentar uma definição de empresa familiar para Moraes, Barone e Pinto (2011) foi Donnelley em 1967. Conforme Donnelley (1967) uma empresa pode ser considerada familiar quando estiver ligada a uma família no mínimo durante duas gerações e com ligações familiares que exerçam dentro da organização influência sobre os interesses, diretrizes empresariais e objetivos da família. Nesse contexto se destacam as características de sucesso e influência familiar na empresa.

Segundo Lodi (1993), considera-se uma empresa familiar quando um ou mais membros da família exercem o controle administrativo sobre a gestão da organização, por possuírem parcela considerável da propriedade do capital e com características e desejos dos fundadores de que a empresa e a gestão continuem em poder da família.

De acordo com Anderson e Reeb (2003) caracterizam as empresas familiares, em seu estudo, como aquelas que apresentam integrantes da família atuando como membros do conselho e/ou com parte das ações da empresa. Neste contexto, fica evidente a característica da propriedade e da participação no conselho. Conjuntamente, as pesquisas de Ching, Firth e Rui (2006) e Abor e Biekpe (2007) caracterizam a empresa familiar pela participação no conselho e/ou detenção de capital.

Definição semelhante é apresentada por Mok, Lam e Cheung (1992) que definem uma empresa familiar como uma instituição em que uma família detém dez por cento ou mais das ações da empresa e que os membros da família ocupam cargos no conselho. Com isso, percebe-se a característica da propriedade (minoritária ou majoritária) e da influência da família na companhia por meio do conselho.

Conforme Floriani (2005), empresa familiar é a extensão de uma família a partir do núcleo liderado pelo fundador e, a partir deste, pelos seus herdeiros e sucessores que irão dar prosseguimento a um sonho por ele realizado. A partir dessa definição, identifica-se novamente a questão da sucessão familiar.

Leone (2005) apresenta três vertentes conceituais a respeito de empresas familiares aceitas em âmbito internacional (1) está relacionada ao nível de propriedade, em que o controle da empresa é detido por uma família; (2) associado ao nível de gestão, em que os lugares de

topo (conselho, por exemplo) da empresa são ocupados por membros da família, sendo a gestão influenciada por esta; (3) a sucessão, em que a segunda geração familiar assume os cargos deixados pelos parentes e assim sucessivamente.

Segundo Shyu (2011) as características necessárias para se definir uma empresa como familiar está em entender a detenção de ações da empresa pela família, em percentual igual ou superior a dez por cento com membros da família compondo a diretoria da companhia ou com membros ocupando ao menos metade do conselho de administração da organização.

Como visto, as pesquisas já realizadas com empresas familiares destacam como características mais evidentes a propriedade familiar, isto é, ações da empresa em posse de uma família (Mok, Lam & Cheung, 1992; Anderson & Reeb, 2003; Leone, 2005; Ching, Firth & Rui, 2006; Shyu, 2011) e a participação influente e ativa familiar no conselho de administração (Mok et al., 1992; Anderson & Reeb, 2003; Leone, 2005; Ching et al., 2006; Shyu, 2011). Uma terceira característica menos visível, mas ainda assim com destaque na literatura, é a sucessão dos cargos por membros da mesma família (Donnelley, 1967; Floriani, 2005; Leone, 2005).

Shyu (2011) afirma que a sobrevivência da empresa é a principal preocupação da família, de modo que os membros da família buscam a maximização do valor da empresa em seu longo prazo. Segundo o autor, esta característica pode contribuir também com a redução dos custos de agência de forma mais eficaz que nas empresas não familiares.

A presença de acionistas majoritários é benéfica à empresa, visto que esses acionistas tendem a concentrar mais esforços para aumentar o desempenho da empresa, em razão de que o efeito deste esforço reverte-se principalmente para os próprios acionistas, no caso das empresas familiares, para a própria família. Silva e Majluf (2008) destacam ainda que tal situação não acontece em empresas com muitos acionistas e com propriedade dispersa de capital, sendo que nenhum acionista tem incentivos de agir em prol da organização, já que os custos, geralmente, apresentam-se superiores aos benefícios que recebem.

Para Maury (2006) o controle ativo de uma família está associado a alta rentabilidade da empresa, superior às empresas não familiares. Resultado semelhante é verificado no estudo de Martínez et al. (2007) e de Shyu (2011) que evidenciam um desempenho superior das empresas familiares quando comparado com as empresas não familiares.

Demsetz e Lehn (1985) definem que os investidores com alta concentração de propriedade possuem incentivos econômicos substanciais para reduzir os conflitos associados com problemas de agência e de maximização do valor da empresa. Segundo Shyu (2011) a riqueza da família está intimamente ligada ao desempenho da empresa, assim, os membros da família têm um motivo significativo para fiscalizar os gestores em busca da melhora do desempenho da entidade.

A concentração de propriedade pode afetar negativamente o desempenho da empresa conforme Silva e Majluf (2008), se os acionistas majoritários valerem-se da sua posição para desapropriar acionistas minoritários, no contexto da eficiência da empresa. Os exemplos de situações na visão de Mork, Shleifer e Vishny (1988), Shleifer e Vishny (1997) e Johnson, La Porta, Lopez-De-Silanes e Shleifer (2000) em que os acionistas majoritários podem prejudicar a empresa incluem a transferência de ativos com valores abaixo do valor de mercado e a utilização dos ativos da empresa como garantia em empréstimos pessoais e o pagamento diferenciado dos dividendos.

Assim, o objetivo da família definido pela literatura em relação ao desempenho da empresa, pode estar relacionado à forma pela qual os investimentos são realizados e os dividendos são distribuídos. Este tema é tratado com maiores detalhes na próxima seção.

2.3 Estudos correlatos

Os ativos intangíveis já foram objeto de diversos estudos com diferentes temáticas específicas abordadas pelos autores. O objetivo principal do estudo realizado por Antunes e Leite (2008) foi verificar a adequação das informações na divulgação de ativos intangíveis na percepção de analistas de corretoras de valores. A pesquisa realizada foi do tipo exploratório, apresentando uma amostra composta por 18 analistas que realizaram análise de investimento em corretoras de valores nas cidades do Rio de Janeiro e São Paulo. A análise dos dados foi de forma qualitativa.

Os resultados apontam que os analistas consideram ativos intangíveis como itens importantes, julgando que estes possam vir a dar resultados positivos para as empresas. Entretanto, esses analistas não consideram suficientes as informações divulgadas, por não apresentarem de forma sistematizada.

Córcoles (2010) em seu estudo, teve por objetivo entender o nível de interesse que as empresa espanholas fornecem essas informações a partir de estudos sobre a divulgação de ativos intangíveis. Concluiu que a divulgação dessas informações é escassa e quando ocorrem são realizadas por empresas de grande porte em sua maioria.

Silva et al. (2012) analisaram a divulgação dos ativos intangíveis nas contas consolidadas de sete bancos portugueses e sete bancos espanhóis, no período de 2006 a 2009. Também analisaram quais foram os fatores principais para essa divulgação. Os autores elencaram um índice de divulgação com base nos requisitos da IAS 38, que trata dos ativos intangíveis. A partir disso, realizaram duas análises estatísticas. A primeira foi uma análise univariada de cada uma das variáveis explanatórias. A outra foi constituída em uma análise multivariada, contemplando todas as variáveis. Concluíram que o índice de divulgação de intangíveis foi de 0,96 sendo que o máximo era 1. A dimensão da instituição bancária e o grau de internacionalização foram as variáveis consideradas mais relevantes para o índice de divulgação.

3 METODOLOGIA

O presente estudo remete-se a uma pesquisa descritiva, pois tem como objetivo descrever até que ponto são divulgados os ativos intangíveis nas contas consolidadas de 64 empresas familiares brasileiras listadas na BM&FBovespa, no período de 2010 a 2012.

Vieira (2002) explica que o foco da pesquisa descritiva é descobrir e observar fenômenos, buscando desde descrevê-los até classificá-los e interpretá-los. No caso deste estudo a principal indagação, que envolve todas as características de pesquisa científica citadas acima, está relacionada à evidenciação de ativos intangíveis, pelas empresas familiares brasileiras listadas na BM&FBovespa. Dando mais ênfase a esse tipo de estudo, Moura e Batista (2007, p.9) afirmam que a abordagem descritiva “proporciona uma melhor visualização da percepção dos respondentes quanto às variáveis em estudo; elementos componentes do conceito e o conceito como um todo”.

Por se tratar de uma pesquisa com amostra numérica e extensa, se classifica como quantitativa, que segundo Marconi e Lakatos (2007) é necessário que haja um levantamento de dados para provar determinada hipótese constituída de forma numérica e de análise estatística que firma padrões de comportamento, evidenciando a observação e valorização dos fenômenos. Ainda, é enfatizado pelos autores, que cabe à pesquisa quantitativa a representação de universo, onde dentro dele deve conter dados que devem ser difundidos e analisados para aquele ambiente.

3.1 População e amostra

A população presente neste estudo é composta por empresas familiares brasileiras listadas na BM&FBovespa, no período de 2010 a 2012.

Em relação à amostra, de acordo com as características descritas na população, compreende 64 empresas familiares. Devido ao processo de convergência às normas internacionais de contabilidade, as empresas foram obrigadas a divulgar seus ativos intangíveis a partir de 2010.

3.2 Coleta e análise dos dados

O procedimento de coleta e análise dos dados foi realizado de forma documental, extraiu-se das demonstrações contábeis e notas explicativas de cada empresa familiar, as informações necessárias para aplicar a estatística descritiva e a regressão linear múltipla.

Segundo Mainardes, Alves, Raposo e Souza Domingues (2010), a regressão linear múltipla é uma técnica de análise multivariada que permite melhor análise e identificação dos dados coletados. Corrar, Paulo e Dias (2007) afirmam ainda, que esta técnica é utilizada quando se tem um problema descrito, e este, objetiva a previsão de uma variável dependente a partir do conhecimento de mais de uma variável independente.

3.3 Variável dependente

Este estudo concentra-se em produzir um índice de transparência dos ativos intangíveis nas demonstrações financeiras de empresas familiares brasileiras. A principal base de requisitos de divulgação é estabelecida no CPC 04 (R1) (2010).

Elaborou-se a partir da literatura um *check list* com a finalidade de identificar, a partir das notas explicativas das empresas familiares, quais foram as classes de ativos intangíveis divulgados pela entidade, conforme a Tabela 1.

Tabela 1 – Check list para verificação da divulgação e mensuração dos ativos intangíveis

Item	Check List
	A entidade deve divulgar as seguintes informações para cada classe de ativos intangíveis, fazendo a distinção entre ativos intangíveis gerados internamente e outros ativos intangíveis:
1	O valor contábil bruto e eventual amortização acumulada (mais as perdas acumuladas no valor recuperável) no início e no final do período;
2	A rubrica da demonstração do resultado em que qualquer amortização de ativo intangível for incluída;
3	A conciliação do valor contábil no início e no final do período, demonstrando:
4	(i) adições, indicando separadamente as que foram geradas por desenvolvimento interno;
5	(ii) as adquiridas;
6	(iii) as adquiridas por meio de uma combinação de negócios;
7	(iv) ativos classificados como mantidos para venda ou incluídos em grupo de ativos classificados como mantidos para venda e outras baixas;
8	(v) aumentos ou reduções durante o período, decorrentes de reavaliações nos termos dos itens 75, 85 e 86 do CPC 04 (R1) e perda por desvalorização de ativos reconhecidas ou revertidas diretamente no patrimônio líquido, de acordo com o CPC 01;
9	(vi) provisões para perdas de ativos, reconhecidas no resultado do período, de acordo com o CPC 01 (se houver);
10	(vii) reversão de perda por desvalorização de ativos, apropriada ao resultado do período, de acordo com o CPC (se houver);
11	(viii) qualquer amortização reconhecida no período;
12	(ix) variações cambiais líquidas geradas pela conversão das demonstrações contábeis para a moeda de apresentação e de operações no exterior para a moeda de apresentação da entidade;
13	(x) outras alterações no valor contábil durante o período.
	A entidade também deve divulgar:

14	Em relação a ativos intangíveis avaliados como tendo vida útil indefinida, o seu valor contábil e os motivos que fundamentam essa avaliação. Ao apresentar essas razões, a entidade deve descrever os fatores mais importantes que levaram à definição de vida útil indefinida do ativo;
15	Uma descrição, o valor contábil e o prazo de amortização remanescente de qualquer ativo intangível individual relevante para as demonstrações contábeis da entidade;
16	Em relação a ativos intangíveis adquiridos por meio de subvenção ou assistência governamentais e inicialmente reconhecidos ao valor justo:
17	(i) o valor justo inicialmente reconhecido dos ativos;
18	(ii) seu valor contábil;
19	(iii) se são mensurados, após o reconhecimento, pelo método de custo ou de reavaliação.
20	A existência e os valores contábeis de ativos intangíveis cuja titularidade é restrita e os valores contábeis de ativos intangíveis oferecidos como garantia de obrigações;
21	O valor dos compromissos contratuais advindos da aquisição de ativos intangíveis.

Fonte: Adaptado do CPC 04 (R1).

O procedimento usado foi o método dicotômico, em que o valor 1 é atribuído se a empresa divulga o assunto em questão e valor zero caso isso não ocorra. A pontuação atribuída a cada item que compõe o índice de transparência é aditiva.

De acordo com a Tabela 1, foram analisados vinte e um itens referentes aos ativos intangíveis, os quais foram julgados de duas formas. Quando a empresa apresentou o item evidenciado adequadamente, foi considerado que atendeu ao item. Caso a empresa não tenha apresentado o item em Nota Explicativa, considerou-se que não atendeu.

É necessário considerar os itens que não são relevantes ou que não são aplicáveis, se a empresa certifica-se que esse elemento não é de sua posse ou, por meio de informações coletadas, presume-se que o elemento não existe. Quando ocorre a posse (ou aplicação) de um determinado elemento, este é evidenciado nas demonstrações financeiras, porém, se as exigências de divulgação sobre este elemento não estiverem satisfeitas, este item não será divulgado ou aplicável.

O índice de divulgação é calculado para a aplicação, por meio do cálculo do arranjo dos elementos divulgados ou desses elementos aplicáveis, e os índices de divulgação obtidos por estes resultados obtidos pela Fórmulas 1 a 3.

Pontuação dos ativos intangíveis divulgados.

$$D = \sum_{i=1}^m e_i \quad (1)$$

Onde:

D = pontuação de divulgação dos ativos intangíveis de acordo com o CPC 04 (R1);

E_i = elemento divulgado como ativo intangível ou sendo analisado como;

variável dicotômica que leva valor 0, se o elemento i não é divulgado, e

o valor até 1, se o elemento i é divulgado;

M = O número máximo de elementos divulgados (m < n)

Pontuação dos ativos intangíveis aplicáveis (ou relevantes).

$$A = \sum_{i=1}^n e_i \quad (2)$$

Onde:

A= pontuação de divulgação ou aplicação (ou relevante) de ativos intangíveis;

E_i= divulgação do elemento sobre o i ativo intangível em análise de variável dicotômica que toma o valor 0, se o elemento i não é divulgado, e o valor até 1, se o elemento i é divulgado;

M= número máximo de aplicação (ou de elementos) relevante $n \leq 21$

Índice de divulgação de acordo com o CPC 04 (R1) (DIV 04)

$$DIV\ 04 = D/A \quad (3)$$

Este índice indica apenas a presença ou divulgação de informações sobre um item específico nas notas explicativas, mas não analisa a extensão ou a qualidade da divulgação de um item específico. A relação entre a variável dependente (CPC 04 (R1)) e as variáveis independentes (TAMANHO, ROE, ROA, PIBA e PRIV) foram analisadas.

Tabela 2 - Variáveis independentes neste estudo

Variáveis independentes	Descrição	Medição	Autores
SIZE	Tamanho	Tamanho da empresa medido pelo logaritmo total de ativos	Nakamura et al. (2007); Silva, et al. (2012)
ROE	Rentabilidade	Medido pelo retorno sobre o patrimônio	Barcellos, Silva e Costa (2012); Silva, et al. (2012)
ROA	Rentabilidade	Medido pelo retorno sobre o ativo	Carvalho et al. (2010); Silva, et al. (2012)
PIBA	Porcentagem de intangíveis no balanço	Medida em porcentagem do total de ativos intangíveis	Silva, et al. (2012)

Fonte: dados da pesquisa

3.4 Variáveis independentes e hipóteses de teste

Nesta seção são descritas as variáveis independentes utilizadas na presente pesquisa para apuração do resultado, junto com a formulação das hipóteses de teste.

A primeira variável independente testada foi o tamanho da entidade (SIZE), que é a variável mais utilizada nos estudos sobre os determinantes de divulgação. O tamanho como uma medida de visibilidade política e pública, é a variável *proxy* em atenção política (Watts & Zimmerman, 1990). O tamanho associado com vantagens competitivas explica que como regra, as empresas maiores terão maiores vantagens competitivas. Diante de tais afirmações é possível formular a primeira hipótese de estudo:

H₁ – Há uma relação positiva entre o tamanho da empresa e a divulgação de ativos intangíveis em suas demonstrações financeiras.

Entende-se que as empresas mais lucrativas divulgam mais informações, acredita-se que o desempenho econômico costuma ser um dos fatores mais comumente utilizados nos estudos sobre os determinantes de divulgação.

A rentabilidade é medida geralmente nos estudos sobre a divulgação de ativos intangíveis por dois índices: Retorno sobre ativos (ROA); e Retorno sobre o patrimônio líquido (ROE). Dessa maneira é formulada a segunda hipótese de estudo.

H₂ – O índice de divulgação dos ativos intangíveis varia com a lucratividade das empresas, embora a direção desta variação não pode ser prevista.

A Porcentagem de Ativos Intangíveis (PIBA) permite estudar se um percentual maior de investimentos em ativos intangíveis nas demonstrações financeiras, sobre o total de ativos de uma instituição, incentiva uma maior divulgação. Este estudo analisou se a intensidade de investimento em ativos intangíveis é uma variável que determina a divulgação de informações, formulando assim a terceira e última variável.

H₃ – As empresas familiares com maior valor de ativos intangíveis contabilizados em seus balanços mostram um maior índice de divulgação.

4 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

Inicialmente, para análise dos dados, apresenta-se a estatística descritiva das variáveis utilizadas na pesquisa. O resultado da estatística descritiva é apresentado na Tabela 3.

Tabela 3 – Estatística descritiva

Variáveis	Mínimo	Máximo	Média	Mediana	Desvio padrão
Intangível	0,000	0,571	0,273	0,286	0,159
Retorno sobre Ativos (ROA)	-4,101	46,616	6,771	5,907	5,876
Retorno sobre o Patrimônio Líquido (ROE)	-11,150	109,850	16,076	14,370	14,877
Porcentagem de intangíveis no balanço patrimonial (PIBA)	0,000	80,900	9,120	1,400	16,657
Tamanho da empresa (SIZE)	11,326	17,793	14,650	14,709	1,470

Fonte: Dados da pesquisa.

Por meio das informações dispostas na Tabela 3, constata-se que a média de divulgação do intangível das empresas familiares foi de 27,3%, e em percentual máximo 57,1%. A variável ROA e ROE apresentou uma média de 6,44% e 16,07% respectivamente, isto é, verifica-se que em geral, há uma grande concentração do retorno dos ativos e do patrimônio líquido sobre a divulgação dos ativos intangíveis. O mesmo ocorre com a variável tamanho da empresa, considerando um percentual de 14,65% para a média. A variável que representa a porcentagem de intangíveis no balanço patrimonial, apresentou média de 9,120% e 80,9% de máximo. De modo geral, as empresas familiares analisadas possuem significativa variação, exceto para as variáveis intangível e tamanho da empresa, cujo desvio padrão é de 0,166 e 1,47 respectivamente.

Após realização do *check list* nas notas explicativas das empresas analisadas, identificamos classes que foram mais divulgadas e outras que não foram divulgadas ou receberam o mínimo de divulgação pelas organizações. Na Tabela 4 é apresentado os itens em questão.

Tabela 4 – Itens do Check list que mais foram divulgados e os que menos foram divulgados

Item			Ano		
			2010	2011	2012
1	CPC 4.118(c) IAS 38.118	(a) o valor contábil bruto e eventual amortização acumulada (mais as perdas acumuladas no valor recuperável) no início e no final do período;	42	52	52
3	CPC 4.118(e) IAS 38.118(e)	(c) a conciliação do valor contábil no início e no final do período, demonstrando.	42	51	50

11	CPC 4.118(e)(vi) IAS 38.118(e)(vi)	(viii) qualquer amortização reconhecida no período;	39	51	43
19	CPC 4.122(c)(iii) IAS 38.122 (c)(iii)	(iii) se são mensurados, após o reconhecimento, pelo método de custo ou de reavaliação.	1	1	1
20	CPC4.122(d) IAS 38.122 (d)	(d) a existência e os valores contábeis de ativos intangíveis cuja titularidade é restrita e os valores contábeis de ativos intangíveis oferecidos como garantia de obrigações;	0	1	1
21	CPC 4.122(e) IAS 38.122 (e)	(e) o valor dos compromissos contratuais advindos da aquisição de ativos intangíveis.	0	9	6

Fonte: Dados da pesquisa.

Conforme dados apresentados na Tabela 4, os itens que mais foram divulgados pelas empresas analisadas nos três anos analisados foram (1) o valor contábil bruto e eventual amortização acumulada (mais as perdas acumuladas no valor recuperável) no início e no final do período, (11) qualquer amortização reconhecida no período e (3) a conciliação do valor contábil no início e no final do período. Os itens que tiveram menos divulgação foram (20) a existência e os valores contábeis de ativos intangíveis cuja titularidade é restrita e os valores contábeis de ativos intangíveis oferecidos como garantia de obrigações, (19) se são mensurados, após o reconhecimento, pelo método de custo ou de reavaliação e (21) o valor dos compromissos contratuais advindos da aquisição de ativos intangíveis.

Antes de expor os resultados da regressão, destaca-se o atendimento aos pressupostos fundamentais para a utilização da técnica de regressão previstos por Kennedy (1998). Segundo Kennedy (1998) a técnica de regressão linear têm por necessidade responder aos pressupostos no que tange a aleatoriedade, normalidade, homocedasticidade e multicolinearidade dos dados. Aplicaram-se os testes de *Durbin-Watson*, *Shapiro-Wilk*, *Levene* e correlação de *Pearson*. A Tabela 5 demonstra os testes de aleatoriedade, normalidade e homocedasticidade das empresas familiares.

Tabela 5 – Testes de aleatoriedade, normalidade e homocedasticidade

Pressupostos	Testes	Hipóteses
Aleatoriedade	<i>Durbin-Watson</i> : Estatística DW = 2,003 Valor-p = 0,728 Autocorrelação dos resíduos = -0,001	Inexiste autocorrelação de primeira ordem entre os resíduos.
Normalidade	<i>Shapiro-Wilk</i> : Estatística SW = 0,969 Valor-p = 0,000	A distribuição dos resíduos é normal.
Homocedasticidade	<i>Levene</i> : Estatística F = 0,310 Valor-p = 0,577	A variância dos erros é uniforme.

Fonte: Dados da pesquisa.

Em atendimento ao pressuposto da aleatoriedade no procedimento de regressão, aplicou-se o teste de *Durbin-Watson*. Field (2009, p. 179) afirma que o teste de *Durbin-Watson* “testa a correlação serial entre erros. Especificadamente, ele testa se os resíduos adjacentes são correlacionados”. O teste DW apresentado na Tabela 5 demonstra a inexistência de autocorrelação de primeira ordem entre os resíduos, visto que, seu valor de 2,003 está próximo a 2. Desse modo, conforme preconiza Hair, Anderson, Tatham e Black (2005) os valores de estatística DW devem estar próximos a 2, para atender ao pressuposto da regressão.

O teste de normalidade dos resíduos pode ser realizado por meio dos testes estatísticos, *Shapiro-Wilk* e *Jarque-Bera* (Corrar, Paulo & Dias, 2007). Na Tabela 5 a normalidade dos

dados é testada pelo teste de *Shapiro-Wilk* (S-W), conforme Fávero et al. (2009, p. 112) o referido teste compara a “distribuição de frequência acumulada de um conjunto de valores observados da amostra com uma distribuição esperada ou teórica”. O teste S-W do presente estudo foi significativo ao nível de 1%, portanto aceita-se a hipótese que a distribuição dos resíduos é normal.

Para verificação da homocedasticidade, aplicou-se o teste de *Levene*. Hair et al. (2005) confirmam que o teste de *Levene* é o mais comum para verificação da homocedasticidade. Conforme observado o teste de *Levene* não foi significativo, confirmando-se a hipótese de que a variância dos erros é uniforme, ou seja, que a diferença entre as variâncias é igual a zero.

Após o cálculo da aleatoriedade, normalidade e homocedasticidade, partiu-se para a análise da regressão linear múltipla. Busca-se por meio da regressão linear múltipla verificar se as variáveis: retorno sobre ativos (ROA), retorno sobre o patrimônio líquido (ROE), porcentagem de intangíveis no balanço patrimonial (PIBA) e tamanho da empresa (SIZE), explicam a evidenciação dos ativos intangíveis nas empresas analisadas. A Tabela 6 apresenta o resumo do modelo da regressão linear múltipla.

Tabela 6 – Resumo do modelo

Modelo	R	R quadrado	R quadrado ajustado	Erro padrão da estimativa
1	0,596	0,356	0,341	0,129

Fonte: Dados da pesquisa.

A Tabela 6 descreve o modelo globalmente, informa se o modelo é eficaz em prever a distribuição de dividendos e as estratégias financeiras por parte das empresas. O coeficiente de determinação (R^2) serve como uma medida de quanto a variabilidade da saída pode ser debitada aos previsores, e demonstra um valor de 0,356 o que significa que as variáveis independentes são responsáveis por apenas 35,6% da variação dos intangíveis.

O R^2 ajustado fornece uma noção de quão bem o modelo generaliza, quanto mais próximo o valor do R^2 , melhor é o poder explicativo do modelo. A diferença obtida para o modelo final é pequena, ocorrendo uma diferença entre os valores de 0,01 ou 1% aproximadamente. Assim, se o modelo fosse aplicado à população em vez da amostra, ele explicaria 1% à divulgação dos ativos intangíveis.

A Tabela 7, apresenta a análise de variância, a qual testa se o modelo possui um poder explicativo melhor do que a média para explicar a variável independente.

Tabela 7 – Análise de variância

Modelo	Soma dos Quadrados	Df	Quadrado Médio	F	Sig.	
1	Regressão	1,621	4	0,405	24,151	0,000
	Erro	2,937	175	0,017	-	-
	Total	4,558	179	-	-	-

Fonte: Dados da pesquisa.

Conforme os resultados apresentados pela análise de variância, por meio do teste F disposto na Tabela 7, pode-se afirmar que a um nível de significância menor que 5%, existe uma forte evidência que as variáveis independentes influenciam significativamente na divulgação dos ativos intangíveis pelas empresas. Por fim, apresentam-se os coeficientes de regressão linear múltipla. Silva, et al. (2012) aplicaram a regressão linear múltipla com a finalidade de analisar quais variáveis levavam as empresas a divulgarem ativos intangíveis.

Tabela 8 – Regressão linear múltipla

Modelo	Coeficientes não padronizados		Coeficientes padronizados	t	Sig.
	B	Modelo padrão	Beta		
(Constante)	-0,553	0,104	-	-5,093	0,000
Retorno sobre Ativos (ROA)	0,007	0,003	0,251	2,248	0,026*
Retorno sobre o Patrimônio Líquido (ROE)	-0,002	0,001	-0,205	-1,861	0,064
Porcentagem de intangíveis no balanço patrimonial (PIBA)	0,003	0,001	0,335	5,228	0,000*
Tamanho (SIZE)	0,052	0,007	0,482	7,547	0,000*

Fonte: Dados da pesquisa.

De acordo com a Tabela 8, as variáveis independentes consideradas estatisticamente significantes, foram o Retorno sobre os Ativos (ROA), Porcentagem de Intangíveis no Balanço Patrimonial (PIBA) e Tamanho (SIZE) ao nível de 5% ($p\text{-value} < 0.05$), assim, o percentual de ativos intangíveis descritos no balanço patrimonial e o tamanho da empresa, influenciam significativamente na divulgação dos ativos intangível das empresas familiares.

A partir dos resultados apresentados, verifica-se que o índice de divulgação aumenta de acordo com o tamanho da empresa. Por conseguinte, estes resultados validam a hipótese formulada de que o índice de divulgação é maior em empresas maiores, confirmando H_1 , o que vai ao encontro dos resultados do estudo sobre a divulgação dos ativos intangíveis de Silva, et al. (2012).

A hipótese H_2 não se confirmou, ou seja, o retorno sobre o patrimônio líquido (ROE) não influenciam as empresas para a divulgação dos ativos intangíveis. Já a H_3 é verdadeira, isto é, um maior valor dos ativos intangíveis contabilizado no balanço patrimonial, leva as empresas a divulgar em maior percentual seus ativos intangíveis.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste estudo consistiu em avaliar os fatores que influenciam a evidenciação de ativos intangíveis de empresas familiares listadas na BM&FBovespa.

Assim, para a variável do retorno sobre ativos (ROA), o retorno sobre o patrimônio líquido (ROE), a porcentagem de intangíveis no balanço patrimonial (PIBA) e tamanho da empresa (SIZE), foram testados como explicativos da divulgação dos ativos intangíveis.

Este estudo baseou-se nas pesquisas realizadas por Antunes e Leite (2008), Córcoles (2010) e Silva, et al. (2012), que obtiveram como principais resultados, variáveis não tão significativas para a divulgação dos ativos intangíveis, achados estes que corroboram com o estudo em destaque, as informações de ativos intangíveis não são expressas adequadamente, as empresas só atendem o necessário no que tange ao cumprimento da legislação.

Os resultados deste estudo denotam que quanto maior é a empresa, maior é o índice de evidenciação de ativos intangíveis, e esse valor cresce de acordo com o crescimento da organização, respondendo a hipótese H_1 , o mesmo ocorre com a H_3 , os achados indicam significância para a porcentagem dos ativos intangíveis divulgados no balanço patrimonial. Já a hipótese H_2 não se confirmou, retorno sobre o patrimônio líquido não influencia na divulgação dos ativos intangíveis.

Durante a realização do estudo, algumas limitações surgiram, sem possibilidade de seguir a diante. Assim, algumas empresas não puderam ser operacionalizadas, uma vez que as informações não estavam disponíveis no banco de dados Economática, ou a empresa não apresentava ativo intangível para o exercício analisado, a utilização de dados de natureza seccional limitou o âmbito da análise.

Recomenda-se, para estudos futuros, que se aborde um período maior para análise, a fim de obter uma visão mais ampla desta prática que ainda é recente no cenário nacional. Recomenda-se ainda, investigar outro grupo ou até mesmo todas as empresas listadas na BM&FBovespa, verificando se os argumentos levantados pela literatura se confirmam dentro do contexto das empresas.

REFERÊNCIAS

- Abor, J., & Biekpe, N. (2007). Corporate governance, ownership structure and performance of SMEs in Ghana: implications for financing opportunities. *Corporate Governance*, 7(3), 288-300.
- Anderson, R. C., & Reeb, D. M. (2003). Founding-Family ownership and firm performance: evidence from the S&P 500. *The Journal of Finance*, 58(3), 1301-1328.
- Antunes, M. T. P.; & Leite, R. S. (2008). Divulgação de informações sobre ativos intangíveis e sua utilidade para analistas de investimentos. *Revista Universo Contábil*, 4(4), 22-38.
- Bolsa de Valores de São Paulo. (2013). Disponível em: <http://www.bmfbovespa.com.br>. Acesso em: 01 ago. 2013.
- Ching, K. M. L., Firth, M., & Rui, O. M. (2006). Earnings management, corporate governance and the market performance of seasoned equity offerings in Hong Kong. *Journal of Contemporary Accounting & Economics*, 2(1), 73-98.
- Comitê De Pronunciamentos Contábeis. (2010). Ativo intangível. Disponível em: <<http://www.cpc.org.br/index.php>>. Acesso em: 05 mai. 2013.
- Córcoles, Y. R. (2010). Divulgación de la información sobre intangibles en organizaciones españolas. *Contabilidad y Negocios*, 5(9), p. 57-67.
- Corrar, L. J, Paulo, E., Dias J. M. Filho. (2007). Análise multivariada: para os cursos de administração, ciências contábeis e economia. São Paulo: Atlas.
- Cunha, S.A. (2006). *Incorporação dos ativos intangíveis na determinação do valor de mercado das ações de uma empresa: o caso Braskem*. 216 f. Tese (Doutorado em Engenharia da Produção) - Programa de Pós-Graduação em Engenharia da Produção da Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, SC, Brasil.
- Demsetz, H., & Lehn, K. (1985). The structure of corporate ownership: causes and consequences. *Journal of Political Economy*, 93(6), 1155-1177.
- Donnelley, R. G. (1967). A empresa familiar. *Revista de Administração de Empresas*, 7(23), 161-198.
- Fávero, L. P., Belfiore, P., Silva, F. L., Chan, B. L. (2009). *Análise de dados: modelagem multivariada para tomada de decisões*. São Paulo: Campus.
- Field, A. (2009). *Descobrimo a estatística usando o SPSS*. 2. ed. São Paulo: Artmed.
- Floriani, O. P. (2005). Perpetuação das sociedades à luz do direito civil. Curitiba: Juruá.
- Hair, Joseph F. Jr., Anderson, R., Tatham, R. L., & Black, W. C. (2005). *Análise multivariada de dados*. 5. ed. São Paulo: Bookman.
- Hendriksen E. S., & Van Breda, M. F. (1999). *Teoria da contabilidade*. 5. ed. Tradução de Antonio Zoratto Sanvicente. São Paulo: Atlas.
- Hoss, O., Rojo, C. A., Grapeggia, M. (2010). Gestão de ativos intangíveis: da mensuração à competitividade por cenários. São Paulo: Atlas.
- Johnson, S., La Porta, R., Lopez-De-Silanes, F., & Shleifer, A. (2000). Tunneling. *The American Economic Review*, 90(2), 22-27.
- Kennedy, P. (1998). *A guide to econometrics*. Cambridge: The MIT Press.
- Lei n. 11.638, de 28 de dezembro de 2007. Altera e revoga dispositivos da Lei n° 6.404, de 15 de dezembro de 1976, e da Lei n° 6.385, de 7 de dezembro de 1976. Disponível em:

- http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2007/Lei/L11638.htm. Acesso em: 20 abr. 2013.
- Leone, N. G. (2005). *Sucessão na empresa familiar: preparando as mudanças para garantir sobrevivência no mercado globalizado*. São Paulo: Atlas.
- Lodi, J. B. (1993). *A empresa familiar*. 4 ed., São Paulo: Pioneira.
- Mainardes, E. W., Alves, H., Raposo, M., & de Souza Domingues, M. J. C. (2010). Marketing in higher education: A comparative analysis of the Brazil and Portuguese cases. *International Review on Public and Nonprofit Marketing*, 9(1), 43-63.
- Marconi, M. A., Lakatos, E. M. (2007). *Metodologia Científica*. 6. ed. São Paulo: Atlas.
- Martínez, J. I., Stöhr, B. S., & Quiroga, B. F. (2007). Family ownership and firm performance: Evidence from public companies in Chile. *Family Business Review*, 20(2), 83-94.
- Martin-Reyna, J. M. S., & Duran-Encalada, J. A. (2012). The relationship among family business, corporate governance and firm performance: evidence from Mexican stock exchange. *Journal of Family Business Strategy*, 3, 106-117.
- Maurry, B. (2006). Family ownership and firm performance: Empirical evidence from Western European corporations. *Journal of Corporate Finance*, 12(2), 321-341.
- Mok, H. M. K., Lam, K., & Cheung, I. (1992). Family control and return covariation in Hong Kong's common stocks. *Journal of Business & Accounting*, 19(2), 277-293.
- Moraes Filho, A. C. T. D., Barone, F. M., & Pinto, M. D. O. (2011). A produção científica em empresas familiares: um enfoque conceitual. *Revista de Administração Pública*, 45(6), 1971-1991.
- Mork, R., Shleifer, A., & Vishny, R. W. (1988). Management ownership and market valuation: an empirical analysis. *Journal of Financial Economics*, 20, 293-315.
- Moura, F. V., Batista, I. V. C. (2007). Instituições de Ensino Superior em Contabilidade e suas contribuições para a formação de Profissionais Socialmente Responsáveis. In: IV Congresso USP de Iniciação Científica em Contabilidade, São Paulo, SP.
- Perez, M. M., & Famá, R. (2006). Ativos intangíveis e o desempenho empresarial. *Revista Contabilidade & Finanças*, 17(40), 7-24.
- Sá, C. S. V. F. (2010). *Activos Intangíveis: Impacto da Adopção das IAS ao nível das Despesas de I&D*. 94 f. Dissertação (Mestrado) – Instituto Superior de Contabilidade e Administração, Universidade de Aveiro, Portugal.
- Shleifer, A., & Vishny, R. W. (1997). *A survey of corporate governance*. *The journal of finance*, 52(2), 737-783.
- SHYU, J. (2011). Family ownership and firm performance: evidence from Taiwanese firms. *International Journal of Managerial Finance*, 7(4), 397-411.
- Silva, F., & Majluf, N. (2008). Does family ownership shape performance outcomes? *Journal of Business Research*, 61(6), 609-614.
- Silva, M. D. L. R. D., Rodrigues, A. M. G., & 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*. Disponível em: <https://estudogeral.sib.uc.pt/jspui/handle/10316/21287>. Acesso em: 27 fev. 2013.
- Vieira, V. A. (2002). As tipologias, variações e características da pesquisa de marketing. *Revista da FAE*, Curitiba, 5(1), 61-70.
- Watts, R.L, Zimmerman J.L. (1990). *Positive Accounting Theory: A Ten Year Perspective*. *The Accounting Review*, 65.131-156.
- Young, E. (2010). Fipecafi. *Manual de Normas Internacionais de Contabilidade*. 2ª ed. São Paulo: Atlas.