

EVIDENCIAÇÃO DO CAPITAL INTELECTUAL EM EMPRESAS DE CAPITAL ABERTO BRASILEIRAS

Sara Lima Marinho¹

Nilton Cesar Lima²

Resumo: O Capital Intelectual (CI), compreendido como somatório do conhecimento proveniente das habilidades aplicadas (conhecimento tácito), pelos membros da organização, promove determinada vantagem competitiva por materializar-se à um bom relacionamento que de certa forma contribui para uma série de desenvolvimento, dentre elas a indução por novas tecnologias. Sob esse contexto, adotou-se um enfoque às empresas de Nível 1 de Governança Corporativa, com a finalidade de investigar: como as companhias brasileiras pertencentes ao Nível I de Governança Corporativa estão evidenciando os seus elementos de CI nos Relatórios da Administração? Dessa maneira, o objetivo do estudo foi investigar se tais empresas divulgam elementos de CI, buscando compreender a forma de divulgação e os elementos priorizados na caracterização do CI nos Relatórios de Administração. Foram analisadas 29 empresas pertencentes ao Nível 1 de Governança Corporativa, com intuito de verificar a evidenciação dessas entidades sobre o CI. Constatou-se, a partir do estudo, que apesar de as empresas não terem obrigatoriedade de evidenciar informações concernentes ao CI, todas as empresas analisadas evidenciam, de certa forma, ao menos 1 dos elementos relacionados ao CI. Dentre as categorias CI que apresentou maior frequência, foi a de "competência dos funcionários", de forma semelhante ao estudo realizado por Reina, Vicente e Ensslin (2008). As demais frequências de evidenciação seguidas foram: "relações financeiras" com 100%; "clientes" com 90%; e "know-how" com 41%.

Palavras-chave: Capital Intelectual. Evidenciação. Nível1 de Governança Corporativa.

EVIDENTIATION OF INTELLECTUAL CAPITAL IN BRAZILIAN OPEN CAPITAL COMPANIES

Abstract: Intellectual Capital (CI), understood as a sum of the knowledge coming from the applied skills (tacit knowledge), by the members of the organization, promotes a certain competitive advantage by materializing to a good relationship that in a way contributes to a series of development, among induction by new technologies. In this context, a focus was taken on Corporate Governance Level 1 companies, with the purpose of investigating: how are Brazilian companies belonging to Level I of Corporate Governance evidencing their CI elements in the Management Reports? Thus, the objective of the study was to investigate whether such companies disclose CI elements, seeking to understand the form of disclosure and the elements prioritized in the characterization of CI in the Management Reports. We analyzed 29 companies belonging to Level 1 of Corporate Governance, in order to verify the disclosure of these entities on the IC. It was verified from the study that although the companies do not have to present information concerning CI, all the analyzed companies evidenced, to a certain extent, at least 1 of the elements related to CI. Among the CI categories that presented the highest frequency, was the "employee competence", similar to the study by Reina, Vicente and Ensslin (2008). The other frequencies of evidence followed were: "financial relations" with 100%; "customers" with 90%; and know-how with 41%.

Keywords: Intellectual Capital. Disclosure. Level1 of Corporate Governance.

¹ Bacharel em Ciências Contábeis pela Universidade Federal de Uberlândia.

² Professor Doutor da Faculdade e do Programa de Pós-graduação em Ciências Contábeis da Universidade Federal de Uberlândia.

1 Introdução

A contabilidade como principal ferramenta utilizada no mundo dos negócios, coopera com a transformação de um dado econômico-financeiro em uma informação decisória, por se tratar de uma fonte contábil fidedigna e consistente. Com o forte aquecimento do mercado de capitais, essas informações contábeis passam a ser ainda mais necessárias, seja pela sua compreensibilidade, comparabilidade ou necessidade para um bom acompanhamento da performance e viabilidade dos negócios.

A Contabilidade representa uma ciência como propósito de fornecer informações e dados sobre a situação econômico-financeira da empresa, aos seus mais diversos usuários internos e externos à organização, como mecanismo que irá auxiliar no processo decisório. As informações contidas nos relatórios de administração, contemplam as demonstrações contábeis e também as notas explicativas. São esses relatórios de administração que os *stakeholders*, sobretudo aos que possuam interesses diretos à organização, observam para avaliar performances e tendências futuras da empresa, bem como os investimentos na área social e em ativos intangíveis (DALMÁCIO e PAULO, 2004). Ou seja, a contabilidade em seus relatórios tem condições de retratar aspectos não só sobre a dinâmica métrica de um desempenho econômico-financeiro, como também aspectos sociais e até mesmo ambientais em suas notas explicativas, sendo capaz de evidenciar atos de responsabilização ambiental e social. No que compete ao social, tem-se o objeto de pesquisa – Capital Intelectual (CI).

Na era do conhecimento e das novas tecnologias difunde-se a necessidade, a qualquer organização, uma atitude flexível e estratégica, capaz de permitir uma rápida adaptação às mudanças bruscas que ocorrem no ambiente (GOMES, SERRA e FERREIRA, 2007). Os autores ainda demonstraram que, perante tal cenário, os ativos intangíveis, vulgo CI, representam um instrumento competitivo mais eficaz do que os ativos materiais, pois são dificilmente transmissíveis e imitáveis, potenciando a diferenciação e a manutenção de vantagens competitivas.

Para Piacentini (2004, p. 51) “as evidenciações voluntárias são meios utilizados pelos investidores para analisar as estratégias e os fatores críticos de sucesso da companhia, tanto no ambiente em que as mesmas estão inseridas, como sob o aspecto competitivo do cenário econômico”. Corroborando com essa proposição, a Deliberação nº29/86 da Comissão de Valores Mobiliários (CVM), acrescenta que: “as empresas precisam dar ênfase à evidenciação de todas as informações que permitem a avaliação da sua situação patrimonial e das mutações de seu patrimônio [. . .]” (Deliberação nº29/86, p. 03).

Nesse contexto, em que há uma orientação para evidenciação de informações sobre CI por parte das empresas devido à possibilidade de conquistar mais investidores, surge o seguinte problema de pesquisa: como as companhias brasileiras pertencentes ao Nível I de Governança Corporativa estão evidenciando os seus elementos de CI nos Relatórios da Administração?

Para responder a problematização de pesquisa proposta neste estudo, adotou-se como Objetivo Geral: investigar quais empresas brasileiras pertencentes ao Nível I de Governança Corporativa divulgam elementos de CI, buscando compreender a forma de divulgação e seus respectivos elementos priorizados nos relatórios de administração. Fazendo uma análise comparativa com estudos anteriores de Reina, Vicente e Ensslin (2008).

Considerando a importância econômica das empresas com elevado capital social desempenhado na economia brasileira, seja como fonte de emprego, dinamismo ou de capacidade de inovação, entende-se que há barreiras enfrentadas na gestão para o incremento de seus ativos intangíveis. Pois, concebe-se que o capital social tem representatividade na

viabilidade do negócio, e carece por aporte de recursos. Daí, o surgimento de um parâmetro para identificação das preocupações apontadas pelas empresas quanto ao CI. Logo, tem-se a justificativa trazida nesse estudo, sob como estão sendo tratados através dos relatórios contábeis os Capitais Intelectuais.

O artigo foi dividido em cinco seções, após esta de caráter introdutório, a segunda contém o referencial teórico da pesquisa. Na terceira seção é apresentada a metodologia e a caracterização da amostra, na quarta seção é discutida e realizada a análise dos dados. A quinta seção traz as conclusões do estudo e, por fim são apresentadas as referências.

2 Referencial

2.1 Governança Corporativa

A divulgação de informações, por parte das empresas, é fundamental para os seus usuários no processo de tomada de decisões. Dessa forma, a evidenciação objetiva, clara e completa torna possível que haja maior grau de confiabilidade e segurança da informação, já que promove a oportunidade em optar por uma determinada alternativa em detrimento de outras (MALACRIDA e YAMOTO, 2006).

A governança corporativa se tornou um tema bastante discutido em todas as economias avançadas a partir da década de 1990, e essa se tornou uma ferramenta capaz de aumentar a eficácia da gestão organizacional. Para o Código de Melhores Práticas de Governança Corporativa (IBGC, 2009, p. 29), “o Conselho de Administração, órgão colegiado encarregado do processo de decisão de uma organização em relação ao seu direcionamento estratégico, é o principal componente do sistema de governança”.

De forma que, a contabilidade fornece informações concernentes às organizações, e dados esses indispensáveis para o direcionamento estratégico, como um dos principais elementos decisório para a governança. Para Iudicibus (2000, p. 28), “o objetivo principal da contabilidade (e dos relatórios dela emanados) é fornecer informação econômica relevante para que cada usuário possa tomar suas decisões e realizar seus julgamentos com segurança”.

Dentre os elementos fundamentais da boa governança, tem-se a transparência (*disclosure*), ao mesmo tempo em que é indiscutível a importância do Conselho de Administração nesse processo. No que se refere a transparência, a literatura tem apresentado benefícios que estimulam a divulgação voluntária de informações por meio da governança corporativa (HIDALGO; GARCÍA-MECA; MARTINEZ, 2011).

É de responsabilidade do Conselho de Administração as principais decisões da empresa que envolve três conjuntos de atividades: selecionar, avaliar, recompensar, e substituir. Desse modo, é necessário definir o direcionamento estratégico da organização, realizar uma avaliação do seu desempenho financeiro e assegurar uma conduta ética e responsável (BATEMAN e SNELL, 2006). Para que haja um ato de governança corporativa, é necessário que envolva decisões deliberativa do Conselho de Administração, devido à sua fundamental importância no processo, de modo que a transparência seja a prevalência do processo.

Hidalgo, García-Meca e Martinez (2011) afirmam que os resultados de várias pesquisas envolvendo a relação entre *disclosure* e conselhos independentes confirmam o ponto de vista da Teoria da Agência, segundo a qual as empresas geridas de forma independente são mais propensas a divulgar informações de forma voluntária. No que se refere, à definição da quantidade e tipos de informações a serem evidenciadas, existem três conceitos utilizados: evidenciação adequada, evidenciação justa e evidenciação plena. Porém, para Iudicibus (2000, p. 117):

“[...] não existe diferença efetiva entre tais conceitos [...], toda informação para o usuário precisa ser, ao mesmo tempo, adequada, justa e plena, pelo menos no que se refere ao detalhe que está sendo evidenciado. Afinal, o sentido da evidenciação é que a informação que não for relevante deve ser omitida.”

2.2 Capital Intelectual

Segundo Davenport e Prusak (1998), os aspectos intangíveis que agregam valor aos serviços, são todos baseados em conhecimento, habilidade técnica (*know-how*), criatividade, apresentação de marketing e inovação. Já os ativos tangíveis, em geral possuem preços de mercado correntes, e são depreciados à medida que são utilizados e desgastados pelo fator "passar do tempo". Ao passo que, o capital Intelectual é ilimitado, pois este aumenta quando é estimulado.

Analisando-se o conteúdo dos conceitos de CI expostos na literatura, Antunes e Martins (2007) sugerem que, de forma geral, o CI representa o conjunto de todo o conhecimento proveniente das habilidades aplicadas pelos membros da organização, cujo propósito é fornecer vantagem competitiva, preservando os bons relacionamentos que de certa forma remetem ao desenvolvimento por novas tecnologias.

Stewart (1998) foi um dos primeiros autores com a definição de CI, demonstrando como: a soma de todos os conhecimentos dos colaboradores da entidade capaz de criar valor e, conseqüentemente, gerar riqueza que fluíam para a mesma. Tem-se ainda Edvinsson e Malone (1997), que definem o CI como a informação e conhecimento utilizado para criar valor. De modo complementar, Riahi-Belkaoui (2003) classifica o CI como o conhecimento específico e valioso que pertence à empresa. Entretanto, Mantilla (2000) adota uma definição mais completa e específica para o CI, destacando como sendo o conjunto de sistemas e processos, constituídos pelo capital humano, estrutural e relacional, orientados para a produção e participação do conhecimento, em prol dos objetivos estratégicos da empresa.

2.3 Componentes do Capital Intelectual

Nas classificações existentes, encontram-se os elementos de CI associados ao conhecimento e à capacidade de aprendizagem organizacional, à gestão de recursos humanos e, ainda, à tecnologia da informação, à marca, à liderança tecnológica, à qualidade dos produtos, aos clientes, ao *marketing share*, dentre outros. (ANTUNES, MARTINS, 2007).

Como componentes do CI, o Quadro 1 revela os principais elementos, que ora nortearam o embasamento desta pesquisa quando se buscar nos relatórios contábeis as suas respectivas evidências.

Quadro 1 - Classificação dos elementos que compõem o CI

Ativos	Capital Intelectual (CI)
Mercado	Potencial que a empresa possui em decorrência dos intangíveis que estão relacionados ao mercado, tais como: marca, clientes, lealdade dos clientes, negócios recorrentes, negócios em andamento e canais de distribuição.
Humano	Benefícios que o indivíduo pode proporcionar para as organizações por meio da sua <i>expertise</i> , criatividade, conhecimento, habilidade para resolver problemas, tudo visto de forma coletiva e dinâmica.
Propriedade intelectual	Ativos que necessitam de proteção legal para proporcionarem às organizações benefícios tais como know-how, segredos industriais, <i>copyright</i> , patentes e <i>design</i> .
Infraestrutura	Tecnologias, metodologias e processos empregados como: cultura organizacional, sistema de informação, métodos gerenciais, aceitação ao risco e banco de dados de clientes.

Fonte: Adaptado de Brooking (1996).

São componentes do CI: o capital humano, o capital estrutural e o capital social, segundo Brás (2003). Ainda para o autor, no que se refere ao capital humano, tem-se os meios de produção, onde este se encontra na cabeça e mãos dos colaboradores, o que representa que o valor da empresa e a sua produtividade. Deixando, portanto, de basear-se exclusivamente nas máquinas e trabalho intensivo, para terem como fundamento os trabalhadores, seus conhecimentos e aptidões pessoais. Dessa forma o autor conclui que o capital humano é um dos principais responsáveis pelo sucesso das organizações. Assim, evidencia-se a necessidade de incentivar uma cultura de valorização dos membros colaboradores, já que estes são o capital humano.

No que se refere ao capital estrutural, esse consiste no conjunto de conhecimentos pertencentes à empresa. Assim, para este parâmetro o conhecimento é independente dos trabalhadores, mesmo quando os colaboradores estão ausentes (LOPÉZ e CRIADO, 2002).

O capital estrutural integra os ativos intangíveis relacionados com a estrutura e os processos de funcionamento interno e externo da empresa, tais como as inovações, publicações, estratégia, sistemas e rotinas (RIHI-BELKAOUI, 2003). Em essência, entende-se que o capital estrutural é composto por aspectos que permitem a divulgação e captação para o conhecimento dentro da organização, de modo que haja uma melhoria contínua.

Edvinsson e Malone (1997) dividem o capital estrutural em três componentes: o capital organizacional, que está relacionado com os sistemas de instrumentos que permitem o fluxo de conhecimento; o capital de inovação, que é a capacidade de inovar e renovar, traduzindo-se em *copyrights* e patentes; e, o capital de processos, que integra os processos, direcionados para trabalhadores para aumentar a eficiência dentro das empresas.

Já o capital relacional, este consiste no valor dentre as relações emitidas ou percebidas com o exterior da empresa (León e Navarro, 2003). Ainda segundo os autores, deve-se incluir a notoriedade da marca, a lista de clientes, entre outros. As empresas geram capital relacional quando os agentes internos estabelecem relações com os agentes externos, o que permite inferir que o capital relacional tenha uma vertente individual e outra coletiva. De modo complementar, os autores Pomedá et al. (2003) destacaram que a utilização da denominação capital relacional

é essencial, todavia, inferem uma variante denominada de capital social, uma vez que, consideram que esta espelha a riqueza e diversidade das relações com a sociedade.

2.4 Modelos de mensuração do capital intelectual

Os modelos de gestão do CI são aqueles que têm finalidade de atribuir valor tanto no sentido qualitativo quanto no quantitativo. A título de exemplo de modelos desenvolvidos com essa finalidade tem-se: o navegador da *Skandia* (EDVINSSON e MALONE, 1998); o *CI-Index* (ROOS et al., 1997); o *TechnologyBroker's CI Audit* (BROOKING, 1996); o *IntangibleAsset Monitor* (SVEIBY, 1998); e, o *Balanced Scorecard* (KAPLAN e NORTON, 1997).

Por outro lado, os modelos de mensuração do CI são aqueles que visam atribuir um valor numérico, preferencialmente, em valores monetários, consistindo-se em uma das partes dos modelos de gestão. São exemplos desses modelos à fórmula do CI: a *Skandia* (EDVINSSON e MALONE, 1998); a Diferença ente o Valor de Mercado e o Valor Contábil (STEWART, 1998; SVEIBY, 1998; ROOS et al., 1997; EDVINSSON e MALONE, 1998; CADDY, 2002; HOPE; HOPE, 2000); e, o *Intangibles-Driven-Earnings* (LEV, 2001).

3 Metodologia

Este estudo é de caráter descritivo, pois investiga as formas de divulgação dos elementos de CI nos relatórios da administração, com propósito de observar os fatos, os registros, e as classificações (GIL, 1999). A pesquisa possui abordagem qualitativa, pois não utiliza instrumentos estatísticos robustos e técnicas sofisticadas na coleta e análise dos dados (RICHARDSON, 1999).

A realização do estudo foi por meio da leitura e interpretação dos dados contidos nos relatórios da administração de empresas classificadas de Nível 1 de Governança Corporativa. Embora a pesquisa inclua a contagem numérica das empresas e dos elementos, bem como percentuais de elementos evidenciados, a mesma é classificada unicamente como qualitativa, já que o propósito norteia a compreensão quanto a evidenciação do CI nos relatórios de administração.

Os relatórios foram analisados por meio da análise de conteúdo. Segundo Bardin (1979, p. 31) “A análise de conteúdo é um conjunto de técnicas de análise das comunicações”. A pesquisa é também documental, visto que foram utilizados dados secundários. Na visão de Richardson (1999, p. 253), a esse tipo de pesquisa “não tem relação direta com o acontecimento registrado, senão através do elemento intermediário”, neste caso, os relatórios de administração.

A população desta pesquisa é composta pelas 29 empresas listadas no Nível 1 de Governança Corporativa (N1GC) no ano de 2015. Esse segmento foi selecionado, por apresentar o primeiro nível às classificações de compromisso de governança corporativa providas na BMF&Bovespa, de modo que essas empresas tendem a ter seus relatórios mais claros, transparentes e de acordo com as exigências pré-estabelecidas.

O universo populacional pesquisado contempla a amostra total, e o capital social foi o critério adotado para a seleção, tal como o nível de governança corporativa. A adoção desse critério foi baseada na percepção de que as empresas com maior capital social, e pertencentes ao N1GC tendem a divulgar mais informações em seus relatórios, já que possuem maior participação de capital de acionistas e visam atender uma quantidade maior de usuários. Tal critério foi adotado tendo como base os estudos de Reina, Vicente e Ensslin (2008), Reina e Ensslin (2008).

Estes autores também conduziram um estudo com uma amostra de aproximadamente 29 empresas com maior capital social. Assim, a análise comparativa dentre estes estudos, se tornaram viável. É importante destacar que as empresas do Nível II não foram selecionadas devido ao número limitado de empresas nessa categoria.

Para análise dos dados foi criada um Quadro 1, onde foram listados alguns critérios concernentes ao CI. Para a realização do estudo foram observadas e analisadas as informações contidas no relatório de administração das empresas selecionadas.

A coleta de dados para esta pesquisa foi realizada por meio da leitura dos relatórios de administração publicados, sendo os dados levantados registrados em uma matriz adotada para esse fim (Quadro 1). O registro da matriz foi feito da seguinte forma: quando os elementos não eram identificados nos relatórios, registrou-se na célula o código “0”; no caso de identificação de presença do elemento, registrou-se o código “1”. Após o processo de identificação dos elementos, foi feito um somatório, no eixo vertical, dos elementos presentes na divulgação dos relatórios da empresa. Simultaneamente, foi feito um somatório no eixo horizontal, para investigação do número total de cada elemento identificado.

Quadro 1 - Análise de conteúdo dos relatórios da administração

Critérios	Empresas				Total	%
	1	2	3	... 29		
Capital Interno						
Propriedade intelectual	0	0	0	0	0	0%
Patentes	0	0	0	0	0	1%
Direitos autorais	0	0	0	0	0	1%
Marcas registradas	1	0	0	0	0	1%
Recursos de infraestrutura	0	0	0	1	0	1%
Filosofia gerencial	0	0	0	1	0	1%
Cultura corporativa	0	0	0	1	0	0%
Processos gerenciais	0	0	1	1	1	0%
Sistemas de informação	0	0	0	1	1	1%
Sistemas de relacionamento	0	0	0	1	0	1%
Relações financeiras	1	1	1	1	1	1%
Capital Externo						
Marcas	1	0	0	1	0	1%
Clientes	1	1	1	1	0	1%
Fidelidade de clientes	0	0	0	0	0	0%
Nome da companhia	1	0	0	1	0	0%
Canal de distribuição	1	0	0	1	0	1%
Colaboração dos negócios	0	0	0	0	0	0%
Acordo licenciado	0	0	0	0	0	0%
Contrato favorável	0	0	0	0	0	0%
Acordo de franchising	0	0	0	0	0	0%

Competência dos funcionários						
<i>know-how</i>	0	0	0	1	0	1%
Educação	0	0	0	1	0	1%
Qualidade vocacional	0	0	0	0	0	1%
Conhecimento relacionado ao trabalho	0	0	0	1	0	1%
Competência relacionadas ao trabalho	0	0	0	1	0	1%
Espírito empreendedor	0	0	0	0	0	0%

Fonte: Adaptado de Sveiby (1997, *apud* Ensslin e Carvalho, 2007, p.485).

4 Análise dos dados

A evidenciação do CI nos relatórios de administração das empresas brasileiras em NIGC, foi examinada com o objetivo de verificar a existência de divulgação do capital intelectual, bem como as empresas que mais divulgaram ou quais menos divulgaram. E, ainda como estão sendo evidenciadas essas as informações pertinentes ao CI no ano de 2015.

De acordo com os resultados coletados na amostra em estudo, nota-se que a maioria das empresas divulgaram de forma voluntária em seus relatórios da administração os elementos que compõem o CI. Dessa forma, corroborando com os estudos realizados por Reina, Vicente e Ensslin em 2008, no qual a amostra revelou que quase todas as empresas apresentaram evidenciação voluntária de algum tipo de elemento de CI.

Destaca-se que diferentemente do estudo anteriormente mencionando, todas as empresas evidenciaram, no mínimo 1 elemento correspondente ao CI, como pode ser notado na Quadro 2, a seguir. Dessa maneira, constatou-se que as empresas notam a importância de informar para os usuários a informação e o tratamento relacionados aos elementos que compõem o CI, por mais que a divulgação não seja obrigatória.

Quadro 2 - Evidenciações e percentual de ocorrência

Crítérios	Total (29 empresas)	%
Capital Interno		
Propriedade intelectual	0	0%
Patentes	1	3%
Direitos autorais	1	3%
Marcas registradas	2	7%
Recursos de infraestrutura	13	45%
Filosofia gerencial	5	17%
Cultura corporativa	9	31%
Processos gerenciais	9	31%
Sistemas de informação	12	41%
Sistemas de relacionamento	17	59%
Relações financeiras	29	100%

Capital Externo		
Marcas	10	34%
Clientes	26	90%
Fidelidade de clientes	1	3%
Nome da companhia	12	41%
Canal de distribuição	18	62%
Colaboração dos negócios	0	0%
Acordo licenciado	0	0%
Contrato favorável	0	0%
Acordo defranchising	0	0%
Competência dos funcionários		
know-how	12	41%
Educação	15	52%
Qualidade vocacional	1	3%
Conhecimento relacionado ao trabalho	12	41%
Competências relacionadas ao trabalho	12	41%
Espírito empreendedor	0	0%

Fonte: Adaptado de Sveiby (1997 *apud* Ensslin e CARVALHO, 2007, p.485).

No que se refere aos elementos do CI mais divulgados pelas empresas tem-se o de capital interno: "relações financeiras", sendo 100% das empresas que evidenciaram esse elemento; posteriormente, tem-se "sistema de informação" e "recursos financeiros" conforme demonstra o Quadro 2. O componente não divulgado por nenhuma das entidades estudadas foi a "propriedade intelectual", e, apenas uma das empresas divulgaram as "patentes" e "direitos autorais".

Já no campo do capital externo, destaca-se esse como o elemento mais evidenciado nos relatórios de administração, sendo 26 das 29 empresas, evidenciando: "clientes" (90%), seguido de "canal de distribuição" evidenciado por 62% da amostra. Dentre os critérios do capital externo, os não destacados nos relatórios de administração, e que tiveram baixos índices na sua evidenciação foram "colaboração dos negócios", "acordo licenciado", "contrato favorável" e ainda o "acordo de *franchising*".

Nos critérios de competência dos funcionários, o que mais se destacou foi a "educação" com 52%, seguido de "conhecimento relacionado ao trabalho", "competência" e "*know-how*", que estão sendo evidenciados por 41% das companhias.

Sobre a natureza da evidenciação do CI, foi constatado que a maioria das empresas estudadas, realizam a evidenciação voluntária do CI, de forma discursiva e narrativa por intermédio da produção textual em seus relatórios de administração. Para demonstrar como ocorre essa evidenciação, foram extraídas algumas informações textuais dos relatórios da administração, como apresentados a seguir, a fim de apresentar a forma em que se apresenta:

a) Capital Interno

- Patentes:

“O depósito de 51 novos documentos de patentes, totalizando 903 documentos, sendo 23% dos documentos depositados em 2015

relacionados a tecnologias que utilizam matéria-prima renovável.” (Braskem, 2015).

- Sistemas de relacionamento:

“Em 2015, procuramos estreitar relacionamento com entidades estudantis para fortalecer o nosso posicionamento como empresa que atrai jovens talentos. Assim, firmamos parceria com as Federações de Empresas Juniores dos estados do Rio Grande do Sul, Bahia e Rio de Janeiro, apoiando jovens profissionais em seu ambiente acadêmico, e com a Aiesec, entidade que promove a troca de experiência cultural, social e profissional entre jovens de todo o mundo. Também lançamos a plataforma Jovens Braskem (www.jovensbraskem.com.br), um espaço para disponibilizar conteúdos que ajudem os jovens a direcionar sua carreira e conhecer o dia a dia de trabalho na Braskem, a partir de depoimentos de diferentes profissionais. Os programas de estágio técnico e universitário tiveram cerca de 48.000 inscrições em 2015, o que reforça a atratividade da empresa frente a este público de interesse.” (Braskem, 2015).

b) Capital Externo

- Marca:

“A pesquisa de valor de marca é realizada por consultoria externa e em 2014, último ano em que ocorreu a pesquisa, o valor da marca Cemig era estimado em R\$1.522 milhões, o que demonstra a força da marca, resultado do relacionamento da Empresa com seus clientes e investidores.” (Cemig, 2015).

- Canal de distribuição:

“Na distribuição de produtos desse segmento, os veículos rebocados representaram 59,1% da receita líquida, enquanto veículos especiais e vagões ferroviários alcançaram, respectivamente, 4,3% e 36,6%.” (Randon, 2015).

c). Competência dos funcionários

- Educação:

"Presente em todos os Estados brasileiros e Distrito Federal, com 40 Escolas próprias, instaladas prioritariamente em regiões de acentuadas carências socioeconômicas, em 2015, a Fundação propiciou ensino formal, gratuito e de qualidade a 102.182 alunos em suas Escolas, na Educação Básica - da Educação Infantil ao Ensino Médio e Educação Profissional Técnica de Nível Médio -, Educação de Jovens e Adultos e na Formação Inicial e Continuada voltada à geração de emprego e renda. Aos mais de 42 mil alunos da Educação Básica também foram assegurados, gratuitamente, uniformes, material escolar, alimentação e assistência médico-odontológica. Na modalidade de educação a distância (EaD), por meio do seu portal *e-learning* “Escola Virtual”, beneficiou 592.424 alunos que concluíram ao menos um dos diversos cursos oferecidos em sua programação, além de outros 22.990, em projetos e ações em parceria, como os CIDs - Centros de Inclusão

Digital, o Programa Educa+Ação e, em cursos de Tecnologia (Educar e Aprender)." (Bradesco, 2015).

d) Conhecimento relacionado ao trabalho

"Em 2015, tivemos mais de R\$ 201,6 milhões de investimentos em programas de treinamento, totalizando cerca de 1,5 milhão de horas. Do total de contratações realizadas em 2015 destacamos os seguintes programas: a) 109 pessoas para o Programa Trainee 2016. Participaram do processo seletivo jovens de todo o Brasil, além de estagiários e colaboradores do banco elegíveis ao programa; b) 4.008 estudantes para o Programa Estágio Itaú Unibanco, cujo índice de efetivação foi de 49%; c) 1.741 colaboradores para o Programa Aprendiz; d) 218 colaboradores para o Programa de Inclusão de Pessoas com Deficiência." (Itaú Unibanco, 2015).

Considerações Finais

As companhias brasileiras de capital aberto em N1GC, não são obrigadas por Lei a divulgarem suas informações concernentes ao CI. Entretanto, constatou-se a partir dos resultados analisados e diante do objetivo geral desse estudo, que foi: investigar se as empresas brasileiras pertencentes ao N1GC divulgam elementos de CI, bem como compreender a forma de divulgação e os elementos priorizados nos relatórios de administração. Permitindo, inclusive realizar uma análise comparativa aos estudos realizados por Reina, Vicente e Ensslin (2008).

Com relação a quantidade de informações evidenciadas por essas empresas, percebeu-se que grande parte informaram elementos relativos ao capital intelectual. Comparando com o estudo realizado em 2008, destaca-se que a quantidade de empresas que divulgam, mesmo sem serem obrigadas, aumentou significativamente no decorrer dos anos. Das 29 empresas, todas divulgaram pelo menos um dos elementos de CI, de forma que 100% das companhias evidenciaram algum tipo dos critérios.

No que se refere às categorias de elementos capital interno, capital externo e competência dos funcionários, constatou-se que foi evidenciado com maior constância a categoria competência dos funcionários, de forma a corroborar com os resultados encontrados por, Reina, Vicente e Ensslin (2008).

Como fator de limitação, destaca-se a amostra utilizada, pois os resultados encontrados na pesquisa não podem ser generalizados, devido à quantidade restrita. Como sugestão para pesquisas futuras, sugere-se que a amostra seja aumentada, e que sejam realizadas análises em anos posteriores a este e abrangendo outros demais níveis de governança corporativa.

REFERÊNCIAS

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa. Edições 70. 1979.

BATEMAN, T.S.; SNELL, S.A. **Administração: novo cenário competitivo**. São Paulo: Atlas, 2006.

BRÁS, A. **Proposta de Relato e Medida do Goodwill Gerado Internamente Pelo Capital Humano Organizacional**. 2003. Tese para obtenção do grau de Doutorado, Universidade do Minho, Braga.

BROOKING, A. **Capital Intellectual**: Ativos Básicos para a Terceira Empresa do Milênio, Thompson Business Press, Londres, 1996.

CADDY, I. **Issues concerning intellectual capital metrics and measurement of intellectual capital**. Singapore Management Review, v.24, n.3, 2002.

DALMÁCIO, F. Z.; PAULO, F. F. M. **A evidenciação contábil**: publicação de aspectos sócio-ambientais e econômico-financeiros nas demonstrações contábeis. In: Congresso USP de Controladoria e Contabilidade, 4, 2004, São Paulo. Anais... São Paulo: FEA/USP, 2004. CD-ROM.

DAVENPORT, T. H., Prusak, L. **Working knowledge**: How organizations manage what they know, Harvard Business School Press, Boston, 1998.

EDVINSSON, L.; MALONE, M. S. **Capital intelectual**. São Paulo: Makron Books, 1998.

EDVINSSON, L.; MALONE, S. **Intellectual capital**: the proven way to establish your company's real value by measuring its hidden brainpower. London: Piatkus, 1997.

GIL, A. C. **Métodos e técnicas da pesquisa social**. São Paulo: Atlas, 1999.

GOMES, P.; SERRA, S.; FERREIRA, E. **Medida e divulgação do capital intelectual**: as empresas portuguesas cotadas na Euronext. Revista Del Instituto Internacional de Costos, v. 1, pp. 88-115, 2007.

HIDALGO, R.; GARCÍA-MECA, E.; MARTINEZ, I. C. **Corporate Governance and Intellectual capital disclosure**. Journal of Business Ethics, 100, pp. 483-495, 2011.

HOPE, J.; HOPE, T. **Competindo na terceira onda**. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

IBGC – Instituto Brasileiro de Governança Corporativa. **Governança corporativa**. 2009. Disponível em: <<http://www.ibgc.org.br>>. Acesso em: 14 de fev. 2016.

IUDÍCIBUS, S. de. **Teoria da contabilidade**. 6ª ed. São Paulo: Atlas, 2000.

KAPLAN, R., NORTON, D. **A estratégia em ação**: balanced scorecard. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

LÉON, M.; NAVARRO, C. **Gestión Dinámica del Capital Intelectual desde la Perspectiva de los Indicadores Externos**. 2003. Disponível em: <<http://www.acede2003.org/archivos/216.pdf>>. Acesso em: 16 de fev.2016.

LEV, B. **Measuring the value of Intellectual Capital**. Ivey Business Journal. p. 16-20, 2001.

LÓPEZ, N; CRIADO, U. **El Capital Intelectual en la Empresa**: análisis de critérios y clasificación multidimensional. Economía Industrial, p. 163-171, 2002.

MALACRIDA, M.J.; YAMAMOTO, M. **Governança corporativa**: nível de evidenciação das informações e sua relação com a volatilidade das ações da Ibovespa. Revista Contabilidade e Finanças, São Paulo, p. 65-79, 2006.

MANTILLA, S. **Capital Intellectual**. In: X Simpósio Contaduría, Universidad de Antioquia, Medellín, 2000.

MARTINS, E.; ANTUNES, M.T.P. **Gerenciando o capital intelectual**: uma proposta baseada na controladoria de grandes empresas brasileiras. REAd, v. 13, 2007.

- PIACENTINI, N. **Evidenciação contábil voluntária**: uma análise da prática adotada por companhias abertas brasileiras. 2004. 132 p. Dissertação de mestrado em Ciências Contábeis. Universidade do Vale do Rio dos Sinos. São Leopoldo, 2004.
- POMEDA, J.; MORENO, C.; RIVERA, C. **Hacia um modelo regional de Capital Intelectual**: El caso de la región de Madrid. In: XII Congreso AECA, 2003.
- REINA, D.; ENSSLIN, S. R. **Evidenciação voluntária do capital intelectual nos relatórios da administração em empresas do novo mercado no ano de 2006**. In: Congresso Internacional de Gestão de Tecnologia e Sistemas de Informação, 2008.
- REINA, D.; VICENTE, E.; ENSSLIN, S. **Capital intelectual**: uma análise comparativa da evidenciação voluntária em empresas de governança corporativa no ano de 2006. In: 18º Congresso Brasileiro de Contabilidade, Gramado, 2008.
- RIAHI-BELKAOUI, A. **Intellectual capital and firm performance of US multinational firms**: a study of the resource based and stakeholder views. *Journal of Intellectual Capital*. v. 42, p.215-216, 2003.
- RICHARDSON, R. J. **Pesquisa Social**: métodos e técnicas. 3ª ed. Atlas, São Paulo: 1999.
- ROOS, J.; ROOS, G.; EDVINSSON, L.; DRAGONETTI, N. C. **Intellectual Capital: navigating in the new business landscape**. London: Macmillan, 1997.
- STEWART, Thomas A. **Capital Intelectual**: a nova vantagem competitiva das empresas. Rio de Janeiro: Campus, 1998.
- SVEIBY, Karl Erik. **A nova riqueza das organizações**. Rio de Janeiro: Campus, 1998.