



**UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ  
FACULDADE DE ECONOMIA, ADMINISTRAÇÃO, ATUÁRIA E  
CONTABILIDADE DA UNIVERSIDADE FEDERAL DO CEARÁ  
DEPARTAMENTO DE CONTABILIDADE  
CURSO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**GABRIEL PAZ PAIVA**

**DIVULGAÇÃO DO CAPITAL INTELECTUAL NAS 10 MAIORES EMPRESAS  
LISTADAS NA BM&FBOVESPA**

**ORIENTADOR: EDUARDO RODRIGUES LINHARES**

**JUL/2017**

GABRIELPAZ PAIVA

DIVULGAÇÃO DO CAPITAL INTELECTUAL NAS 10 MAIORES EMPRESAS DO  
LISTADAS NA BM&FBOVESPA

Trabalho de Conclusão de Curso apresentada  
ao Programa de Graduação em Ciências  
Contábeis da Universidade Federal do Ceará,  
como requisito parcial à obtenção do título de  
Bacharel em Ciências Contábeis. Área de  
concentração: Financeira.

Orientador: Prof. Ms. Eduardo Rodrigues  
Linhares.

Aprovada em: \_\_\_/\_\_\_/\_\_\_\_\_.

BANCA EXAMINADORA

---

Prof. Me. Eduardo Rodrigues Linhares (Orientador)  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Prof. Dr. Carlos Adriano Santos Gomes  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

---

Profa. Me. Cíntia de Almeida  
Universidade Federal do Ceará (UFC)

# **DIVULGAÇÃO DO CAPITAL INTELECTUAL NAS 10 MAIORES EMPRESAS LISTADAS NA BM&FBOVESPA**

Autor: Gabriel Paz Paiva  
Orientador: Eduardo Rodrigues Linhares

## **RESUMO**

Nos últimos anos, observou-se grande valorização do conhecimento como recurso econômico, podendo ser conduzido pelo capital intelectual. Nesse contexto, objetivou-se avaliar a frequência de divulgação anual do capital intelectual. Para tanto, foi feita a análise qualitativa de dados nos relatórios anuais e/ou de sustentabilidade dos anos de 2015 e 2016 das 10 maiores empresas em patrimônio líquido consolidado de 2015 listadas na BM&FBOVESPA, utilizando-se da base de dados da ECONOMÁTICA®. Aplicou-se um modelo de indicadores para analisar a composição do Capital Intelectual das empresas selecionadas. Em segundo momento, foram comparados resultados com estudos de outros países. A pesquisa tem natureza descritiva, com abordagem qualitativa. Os resultados obtidos possibilitam constatar uma queda de evidenciação de 2015 para 2016, com predominância de divulgação do Capital Relacional nos dois anos e destaque para relatórios de sustentabilidade. Conclui-se que as empresas estão atentas à divulgação do capital intelectual. Adicionalmente, a diminuição de evidenciação pode estar relacionada à perda de vantagens competitivas, ao impacto negativo sobre a reputação e à disputa por *market share*.

**Palavras-Chave: capital intelectual, divulgação, frequência**

## **1. INTRODUÇÃO**

O capital intelectual (CI) é de grande importância para as empresas. Sharabat e Jawad (2010) afirmam que o CI de uma organização representa a riqueza de ideias e a capacidade de inovação que irá determinar o futuro da organização. De acordo com Bashin (2011), os futuros condutores de qualquer economia não serão mais o capital, a terra ou os equipamentos, mas as "pessoas" e seu reservatório "conhecimento".

Capital Intelectual no contexto empresarial pode ser associado e explicado pela compreensão do que significa, atualmente, a Sociedade do Conhecimento e consequentemente valorização do conhecimento como recurso econômico (ANTUNES, 2005).

O CI pode ser classificado como ativo intangível, podendo representar uma lacuna entre a informação contábil e o valor de mercado devido a sua difícil mensuração. Este compreende-se na soma do Capital Humano, Capital Estrutural e Capital Relacional (EDVINSSON; MALONE, 1998).

Segundo Schmidt e Santos (2009), o valor de mercado de algumas empresas varia de duas a nove vezes o valor contábil em função, especialmente, dos ativos intangíveis em

relação aos tangíveis na composição patrimonial das entidades. O modelo tradicional de Contabilidade, que descreveu com sucesso as operações das empresas durante meio milênio, não tem conseguido acompanhar a revolução que está ocorrendo no mundo dos negócios, pois as demonstrações financeiras das empresas se mostram cada vez mais estáticas e obsoletas (EDVINSSON; MALONE, 1998). Dentre os principais fatores responsáveis por esse crescimento estão o avanço da tecnologia da informação, a fonte de riqueza proporcionada pela inteligência humana e os recursos intelectuais. O desenvolvimento tecnológico tem importante destaque no rol dos ativos intangíveis, confiando a este um posto central no cenário econômico (COLAUTO et al, 2009).

Oliveira (2015) afirma que a economia brasileira vem se consolidando e atraindo muitos investidores no mercado de capitais, pois o Brasil, como economia emergente, apresenta expectativas promissoras de oportunidades de investimento. Ressalta-se que as empresas consideram o Capital Humano como importante recurso estratégico necessário para se obter vantagem competitiva e criar valor para acionistas (GÓIS; LUCA; ALCÁNTARA, 2016).

Com base no exposto, a pesquisa levanta o seguinte questionamento: Qual a frequência de divulgação anual do capital intelectual das 10 maiores empresas em patrimônio líquido consolidado listadas na BM&FBOVESPA dos anos de 2015 e 2016?

Deste modo geral, objetivou-se avaliar a frequência de divulgação anual do capital intelectual das 10 maiores empresas em patrimônio líquido consolidado listadas na BM&FBOVESPA dos anos de 2015 e 2016. Adicionalmente, mais especificamente, verificou-se os resultados frente a outras pesquisas internacionais; o período mais divulgado; e se buscou identificar a classificação do capital intelectual mais divulgada. O resultado obtido poderá indicar como as maiores empresas da BM&FBOVESPA estão tratando a divulgação de seu CI em comparação a estudos anteriores, além de subsidiar novas pesquisas mais abrangentes.

## **2. FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA**

### **2.1. Ativos e Ativos Intangíveis**

Segundo o IASB (2001), ativos são recursos controlados pela entidade como resultado de eventos passados e dos quais espera-se benefícios econômicos futuros para a entidade. Os ativos devem representar os possíveis benefícios futuros obtidos ou controlados por uma entidade como resultado de atividades passadas ou eventos (LOPES; MARTINS, 2014). Segundo o Pronunciamento Conceitual Básico (CPC 00 R1, 2011, p. 5), ativo é “um recurso controlado pela entidade como resultado de eventos passados e do qual se espera que resultem futuros benefícios econômicos para a entidade.”. O termo futuro pressupõe que seja provável, algo ainda não certo, contudo essa incerteza não impede que um item seja considerado ativo, apesar de afetar na avaliação (NIYAMA; SILVA, 2013).

O benefício econômico futuro refere-se ao potencial de contribuição, direta ou indireta, para o fluxo de caixa ou equivalentes de caixa para a entidade (NIYAMA; SILVA, 2013). É importante ressaltar que os direitos com benefícios nulos ou negativos em potencial não são ativos, somente os que produzirem benefício positivo (HENDRIKSEN; BREDA, 2010).

Segundo Iudícibus (1997, p. 124), “O ativo deve ser considerado a luz da sua propriedade e/ou a luz de sua posse e controle [...]”. Deve-se haver evidência de um poder legalmente respeitável de que o recebimento dos benefícios futuros é provável (HENDRIKSEN; BREDÁ, 2010). O controle se limita ao fato de que a entidade possua habilidade de exercer os direitos de uso dos benefícios além de que o controle não pode ser considerado em termos absolutos, uma vez que os direitos individuais não podem ser colocados acima dos direitos da sociedade, isso implica que o ativo possa ser confiscado a qualquer minuto (NIYAMA; SILVA, 2013).

Schmidt e Santos (2009) afirmam que a definição de ativo intangível se caracteriza como uma das mais complexas discussões da Teoria da Contabilidade, devido à dificuldade da sua definição, incertezas a respeito da mensuração de seus valores e vida útil. Os bens intangíveis são aqueles que não podem ser tocados, porque não têm corpo (HENDRIKSEN; BREDÁ, 2010). Ainda segundo Niyama e Silva (2013, p.118), “Apesar de o ativo estar vinculado ao bem econômico, é importante destacar que um ativo pode ou não ter substância física [...]”. Segundo Kohler (apud IUDÍCIBUS, 1997, p.203) ativo intangível é “um ativo de capital que não tem existência física, cujo valor é limitado pelos direitos e benefícios que antecipadamente sua posse confere ao proprietário”.

O IASB (2001) define ativos intangíveis como “um ativo não monetário identificável sem substância física para uso na produção ou provisão de bens e serviços, para aluguel para terceiros ou para propósitos administrativos”. O Pronunciamento Conceitual Básico (CPC 04 R1, 2010) se limita a definir um ativo não monetário identificável e sem substância física, onde monetário é aquele representado por dinheiro ou por direitos a serem recebidos em uma quantia fixa ou determinável de dinheiro. Assim, de acordo com Niyama e Silva (2013, p.118), “ Para que um ativo seja identificável, é necessário que seja separável, podendo ser negociado de forma individual, e resultar em direitos contratuais.”. Hendriksen e Breda (2010) afirmam que uma característica supostamente diferenciada dos ativos intangíveis está na impossibilidade de que sejam separados da empresa ou de seus ativos físicos. Um argumento contrário oferecido pelos próprios Hendriksen e Breda (2010, p. 390) está no fato de que “Muitos ativos intangíveis são separáveis.”.

Neste estudo, adota-se a visão de que ativos intangíveis são recursos sem substância física à disposição da empresa, que mesmo sendo difíceis de medir, podem ser corretamente mensurados e gerar benefícios econômicos futuros.

## **2.2. Capital intelectual (CI)**

De acordo com Martins, Morais e Izidro (2013) e Goh e Lim (2004), as empresas têm sido descritas usando três tipos de capital: capital físico (edifícios, equipamento, inventários, etc.); capital financeiro (dinheiro, investimentos, dívidas a receber, etc.) e capital intelectual. Sterwart (1997) afirma que CI é a soma de todo conhecimento que todos sabem na empresa que fornece vantagem competitiva, que pode gerar riqueza.

Brooking (apud SCHMIDT; SANTOS, 2009, p. 189), conceitua o capital intelectual como “uma combinação de ativos intangíveis, frutos das mudanças nas áreas da tecnologia da informação, mídia e comunicação, que trazem benefícios intangíveis para as entidades e que capacitam o funcionamento das mesmas”. Segundo Gracioli et al (2012, p. 100) admitem “o capital intelectual como o conjunto de valores ocultos, de capital, de um ativo ou de um recurso, que tendem a agregar valores reais a organização, permitindo sua continuidade e possibilitando a inovação.”.

De acordo com a Organization for Economic Co-operation and Development (1999), Edvisson e Malone (1998) e Stewart (1997), o capital intelectual pode ser classificado como um intangível, dividindo-se em: capital humano, capital estrutural e capital do cliente.

Capital Intelectual é uma combinação de capitais humanos - cérebros, habilidades, idéias e potencial daqueles em uma organização-e estrutura de capital - coisas como o capital atrelado a clientes, processos, bases de dados, marcas e sistemas de Tecnologia da Informação. É a capacidade de transformar o conhecimento e os ativos intangíveis em recursos criação de riqueza, através da multiplicação do capital humano com o capital estrutural. (BASHIN, 2011, tradução livre)

Segundo Stewart (1997, tradução livre), “O capital humano é a capacidade do indivíduo de prover soluções aos clientes para inovar”. Os ativos de competência individual, que também podem ser chamados de capital humano, são as habilidades das pessoas para atuar em várias situações. Estes ativos não são propriedade da empresa e referem-se à educação, experiência, saber fazer, conhecimentos, habilidades, valores e atitudes das pessoas que trabalham na organização, a empresa contrata o uso destes ativos com os seus trabalhadores e estes, ao saírem, levam-nos consigo (MARTINS; MORAIS; IZIDRO, 2013).

Segundo Schmidt e Santos (2009, p. 190), “o capital humano está relacionado ao conhecimento, à expertise, ao poder de inovação e à habilidade dos empregados, além de valores, cultura e a filosofia da entidade.”. Stewart (1997) complementa afirmando que o trabalho rotineiro não gera capital humano para a organização, uma vez que se exige pouca habilidade.

Na visão de Stewart (1997), o capital estrutural é a captura do capital humano, que permite o reuso e a criação de valor, seu objetivo é a retenção do conhecimento humano na entidade, a fim de que se torne propriedade da entidade. Podem ser classificados como capital estrutural equipamentos de informática, softwares, banco de dados, patentes, marcas registradas e tudo o mais que apóia a produtividade dos empregados (SCHMIDT; SANTOS, 2009).

Segundo Schmidt e Santos (2009, p. 190), o capital de clientes “envolve o relacionamento com clientes e tudo o mais que agregue valor para os clientes da organização.”. Os ativos do capital do cliente

Consistem na carteira de clientes, nas relações com os fornecedores, bancos e acionistas, nos acordos de cooperação e alianças estratégicas, tecnológicas, de produção e comerciais, marcas comerciais e imagem da empresa. Estes ativos são propriedade da empresa e alguns deles podem proteger-se legalmente (marcas comerciais, etc.) (MARTINS; MORAIS; IZIDRO, 2013).

Schmidt e Santos (2009, p.193) divergem afirmando que “da mesma forma que as empresas não possuem o capital humano, apenas o alugam, elas também não possuem o capital de clientes, apenas compartilham sua propriedade com fornecedores e clientes”.

Por fim, Stewart (1997) afirma que a criação do capital intelectual se dá pelas trocas entres capital humano, estrutural e do cliente, e não separadamente isoladas. Schmidt e Santos (2009) concluem que o capital intelectual é a diferença entre o valor de mercado das ações em circulação da entidade e o valor do ativo líquido, organizado a partir de idéias e informações

coerentes, com capacidade de serem descritas, compartilhadas, exploradas e que tenham aplicação prática.

No estudo de Guthrie e Petty (2000) buscou-se determinar a frequência das informações acerca de CI nos documentos analisados. A metodologia utilizada foi quantificação dos dados coletados em categorias pré-determinadas de indicadores, através da análise de conteúdo. Essas categorias seguiram a classificação de Stewart (1997), segregando o CI entre Humano, Estrutural e Relacional.

Objetivando-se uma maior elucidação acerca dos termos utilizados, Bozzolan, Favotto Ricceri (2003), ajudam a definir cada classe de acordo com o QUADRO 1.

Quadro 1 - Composição do Capital Intelectual

Capital Estrutural	Subdivide-se em duas categorias, sendo elas ativos estruturais (Cultura corporativa, Filosofia de gerenciamento, Processos gerenciais, Sistemas de Informações e Relações Financeiras) e intelectuais (Patentes, Marcas registradas e Direitos de autoria). Nos ativos estruturais podem ser encontrados elementos que podem ser criados dentro da empresa adquiridos de fora, enquanto nos intelectuais são identificados aqueles que são protegidos por lei.
Capital Relacional	Inclui o relacionamento da empresa com outros <i>stakeholders</i> . Sua composição é formada de marcas, clientes, fidelidade com clientes, canais de distribuição, colaboradores comerciais (alianças), contratos de licenciamento (pesquisas em conjunto), contatos favoráveis (contratos financeiros) e acordos de licenciamento e Acordos de franquias (franchising).
Capital Humano	Refere-se aos recursos humano e outras características relacionadas, como educação, competência, conhecimento relacionados ao trabalho, <i>know how</i> (perícia, expertise, experiência) e espírito empreendedor (engloba idade e rotatividade, por exemplo).

Fonte: Adaptado de BOZZOLAN; FAVOTTO; RICCERI, 2003.

Ressalta-se a diferença entre “Filosofia de Gerenciamento” e “Processos de gerenciais”: o primeiro refere-se à maneira que os gestores implementam sua missão para a organização em objetivos tangíveis, enquanto o segundo engloba políticas, procedimentos, reengenharia e outros processos, assim como certificados de qualidade associados à organização (GUNTHERIE; PETTY, 2002).

### 2.3. Divulgação / Disclosure

Segundo Hendriksen e Breda (2010), o objetivo da divulgação é dar informação relevante e importante aos usuários das demonstrações contábeis, e assim, auxiliá-los na tomada de decisão da melhor maneira possível. Para Iudícibus (1997, p.110), “O *disclosure* está ligado aos objetivos da Contabilidade, ao garantir informações diferenciadas para os vários tipos de usuários.”. De acordo com Piacentini (2004, p. 36), o *disclosure* “pode ser entendido como qualquer informação divulgada pela companhia que auxilie aos usuários internos e externos a conhecer a situação financeira, econômica da companhia.”. Iudícibus (1997) afirma que, no que tange a extensão e limites, pode-se referir a informações como quantitativas e qualitativas, onde a segunda é muito mais difícil de ser avaliada por envolver vários julgamentos extremamente subjetivos.

Alguns métodos para a evidenciação são: forma e apresentação das demonstrações contábeis, informações entre parênteses, notas de rodapé (explicativas), quadros demonstrativos suplementares, comentários do auditor e relatório da diretoria (IUDÍCIBUS, 1997; HENDRIKSEN; BREDA, 2010).

O *disclosure* pode ser caracterizado nas dimensões voluntária e obrigatória (GÓIS; LUCA; ALCÁNTARA, 2016). As informações voluntárias são utilizadas pelos investidores para auxiliar na análise e na tomada de decisão, pois elas complementam as informações obrigatórias, já que possuem dados não exigidos pela legislação (PIACENTINI, 2004).

No que tange ao capital intelectual, as divulgações voluntárias de empresas pela gestão de informações podem permitir que investidores e outras partes interessadas relevantes avaliem melhor as futuras capacidades de criação de riqueza da empresa. Tal divulgação pode levar as partes interessadas a reduzir seus riscos percebidos associados à entidade, assim como a diminuição do custo de capital da empresa (WILLIAMS, 2001). A globalização trouxe em conjunto uma demanda por maior transparência no mercado, a divulgação de informações está atrelada a isso. Uma das informações requisitadas é a divulgação do CI, pois este tem a capacidade de permitir uma melhor avaliação de geração de benefícios futuros da empresa (GOH; LIM, 2004). Empresas com elevado nível de CI tendem a divulgar tais informações em seus relatórios anuais, com o objetivo de manter-se atrativa o suficiente para satisfazer potenciais e atuais investidores (MARTINS, 2013).

Se uma empresa tem um nível de desempenho de capital intelectual abaixo do normal, as informações divulgadas que demonstrem sua falta de potencial de capital intelectual ou o desenvolvimento inadequado de produtos, serviços e outros ativos relevantes, podem prejudicar a reputação da entidade como uma fonte confiável E confiável fornecedor ou devedor na nova economia "baseada no conhecimento" (WILLIAMS, 2001, p. 194, tradução nossa).

Segundo Bontis (2003), o capital intelectual tem grandes impactos nos benefícios futuros, contudo estes são largamente ignorados em relatórios financeiros. Empresas comprometidas com o mercado financeiro são recomendadas a desenvolver estratégias de divulgação voluntária do CI, com considerável probabilidade que inicialmente deverão ser utilizadas para fins gerenciais, contudo se objetiva que ao fim serão disponibilizadas às partes relacionadas.

Segundo Martins (2013) e Martins, Morais e Izidro (2013), a discussão sobre o enquadramento teórico subjacente à divulgação voluntária do CI ainda é recente, por isso apresentam-se três teorias para o enquadramento da divulgação do CI são: a teoria dos stakeholders, teoria da legitimidade e teoria da sinalização. Gunthrie, Petty e Ricceri (2006, p. 256, tradução nossa) afirmam que “de acordo com a teoria dos *stakeholders*, espera-se que a administração de uma organização realize atividades consideradas importantes por suas partes interessadas e relacione essas atividades com as partes interessadas”. A teoria dos *stakeholders* sugere que as organizações irão divulgar voluntariamente informações acerca da sua performance intelectual, social e ambiental, além das informações obrigatórias, a fim de atender as expectativas reais ou percebidas dos stakeholders (GUNTHERIE; PETTY; RICCERI, 2006).

A teoria da sinalização é uma teoria mais relacionada com os mercados e investimentos e pode ser utilizada para explicar a divulgação do capital intelectual. Os administradores geralmente reconhecem que uma empresa pode obter benefícios econômicos



a partir de uma política de divulgação eficaz (WILLIAMS, 2001). Segundo Oliveira, Rodrigues e Craig (2006, p. 15, tradução livre), “A teoria da sinalização sugere que uma empresa com alavancagem relativamente baixa tem incentivo para enviar sinais ao mercado sobre sua estrutura financeira - o que implica divulgações voluntárias mais altas.”. Martins (2013, p. 4) afirma que “a administração nas empresas com elevados níveis de CI será motivada para sinalizar ao mercado nos seus relatórios anuais, as informações positivas sobre os activos intangíveis”. Williams (2001) discorda, afirmando que existiria uma relutância para a divulgação do CI por partes das grandes empresas devido à vantagem competitiva que este lhes oferece.

De acordo com Gunthrie, Petty e Ricceri (2006, p. 256, tradução nossa),

A teoria da legitimidade está intimamente ligada à teoria dos *stakeholders*. Ele postula que as organizações continuamente procuram garantir que elas operem dentro dos limites e normas de suas respectivas sociedades. Do ponto de vista da teoria da legitimidade, uma empresa relataria voluntariamente atividades se a gerência percebesse que isso era o que a comunidade esperava.

A teoria da legitimidade está substancialmente relacionada à divulgação do CI e ao uso de métodos de análise de conteúdo como uma medida de tais relatórios, pois as empresas são mais propensas a relatar em seu CI se eles têm uma necessidade específica para assim fazê-las (GUNTHERIE; PETTY; RICCERI, 2006). Exemplos de tais situações seriam “empresas com elevados níveis de CI podem incluir divulgações de CI nos seus relatórios anuais, a fim de satisfazer as exigências de informação dos investidores actuais e potenciais e, portanto, manter ou atrair recursos valiosos” (MARTINS; 2013, p. 4). Isso pode acontecer quando as empresas se vêem incapazes de legitimar seu *status* com base nos ativos físicos que são tradicionalmente reconhecidos como símbolos do sucesso corporativo. A extensão da divulgação do CI é, nesta conjuntura, a melhor medida usando análise de conteúdo. Assim, a teoria da legitimidade, os relatórios CI e a análise de conteúdo estão ligados (GUNTHERIE; PETTY; RICCERI; 2006).

Nesse cenário de divulgação voluntária, destaca-se o *Global Reporting Initiative* (GRI), uma iniciativa de caráter não-governamental, que, através de um conjunto de diretrizes para relatórios de sustentabilidade, possui uma proposta de relatório de sustentabilidade empresarial envolvendo as dimensões econômica, social e ambiental, chamada de *triple bottom line* (CASTRO; SIQUEIRA; MACEDO, 2009).

#### **2.4. Trabalho anteriores sobre o tema**

Brennan (2001) pesquisou acerca da divulgação do CI nos relatórios anuais das empresas irlandesas, concluindo carência de informações divulgadas. No estudo de Goh e Lim (2004), foram analisados os relatórios anuais das 20 melhores empresas sem fins lucrativos listadas da Malásia, concluindo que as informações voluntárias divulgadas qualitativamente eram altas, enquanto quantitativamente eram baixas.

Williams (2001) tentou relacionar a divulgação do capital intelectual com a performance em empresas do Reino Unido, os resultados sugeriram que, se o desempenho de capital intelectual é muito alto, a quantidade de divulgação é reduzida. Segundo ele, essa associação negativa pode apoiar a sugestão de que as empresas reduzam as divulgações de

capital intelectual quando o desempenho atinge um nível mínimo por medo de perda de vantagem competitiva.

Guthrie, Petty e Ricceri (2006) investigaram se o tamanho, o setor de atividade e os efeitos do tempo influenciam o *disclosure* do capital intelectual nas empresas da Austrália e de Hong Kong. O resultado da pesquisa revelou que as empresas australianas estavam divulgando mais acerca do CI do que as de Hong Kong. Além disso, foi identificado que a dificuldade de quantificar o CI fez com que as empresas divulgassem menos informações quantitativas.

Ritta, Eisllein e Ronchi (2010) analisaram informações evidenciadas sobre os AI nas demonstrações financeiras das empresas brasileiras que apresentaram informações financeiras à Bolsa de Mercados & Futuros e Bolsa de Valores de São Paulo (BM&FBovespa) e a The New York Stock Exchange (NYSE) nos anos de 2006 e 2007. O estudo identificou que não houve privilégios de informações no que tange aos AIs nos relatórios investigados, concluindo que as normas brasileiras caminham para uma harmonização efetiva com as normas internacionais de Contabilidade.

Bhasin (2011) fez um estudo empírico sobre a divulgação do capital intelectual em relatórios anuais em empresas de TI indianas, o estudo concluiu que a divulgação de CI nestas empresas de TI é quase negligenciável e que suas divulgações não tinham recebido qualquer preferência dos mentores dessas empresas. Os relatórios de CI poderiam inicialmente ser utilizados para fins da gestão interna, mas um foco para *stakeholders* externos do relatório do CI deveria ser o objetivo final.

Outros estudos semelhantes acerca da divulgação do capital intelectual foram feitos na Itália por Bozzolan, Favotto e Ricceri (2003); Macedo *et al* (2015), Moura, Fank e Rauch (2014) no Brasil e Bontis (2003) no Canadá.

### **3. METODOLOGIA DA PESQUISA**

Os métodos e as técnicas a serem empregados na pesquisa científica podem ter sua seleção desde a composição do problema em si, da formação das hipóteses e da delimitação do seu universo ou da amostra. A seleção do instrumento metodológico tem relação direta com o problema abordado (LAKATOS; MARCONI, 2003).

Quanto aos objetivos, esta pesquisa se caracteriza como descritiva, pelo fato de se basear em teorias objetivando conclusões específicas. Gil (2008) afirma que trata-se de uma pesquisa descritiva, uma vez que parte de princípios reconhecidos como verdadeiros e indiscutíveis (geral) e possibilita chegar a conclusões de maneira puramente formal (particular), em virtude unicamente de sua lógica.

Os métodos científicos são classificados em quatro quanto à abordagem ao problema: dedutivo, indutivo, hipotético-dedutivo e dialético. Esta pesquisa se utiliza do método dedutivo, onde, na maioria das vezes, prediz a ocorrência dos fenômenos particulares a partir de teorias e leis (LAKATOS; MARCONI, 2003).

Quanto aos procedimentos adotados, estes foram pesquisa bibliográfica e documental utilizando como técnica a documentação indireta. Lakatos e Marconi (2003, p. 183) conceituam,

A pesquisa bibliográfica, ou de fontes secundárias, abrange toda bibliografia já tornada pública em relação ao tema de estudo, desde publicações avulsas, boletins, jornais, revistas, livros, pesquisas, monografias, teses, material cartográfico, etc., até meios de comunicação orais: rádio, gravações em fita magnética e audiovisuais: filmes e televisão.

A coleta de dados foi feita através do site oficial das empresas selecionadas e da BM&FBOVESPA, buscando a análise qualitativa do conteúdo das demonstrações contábeis, notas explicativas, relatórios da administração, relatórios anuais e de sustentabilidade divulgados do período de 2015 e 2016. O método adotado foi baseado no artigo de Guthrie e Petty (2000), no qual se buscou a quantificação dos dados coletados em categorias pré-determinadas de indicadores, através da análise de conteúdo, com objetivo de determinar a frequência das informações nos documentos analisados. A partir dos indicadores formulados, foi feita uma listagem de empresas e indicadores com objetivo de fazer análise qualitativa de conteúdo nos relatórios divulgados, consistindo ao todo de 24 escores de análise por empresa por ano. Cada sentença foi marcada da seguinte forma: “x”, caso o indicador fosse encontrado; ou “0”, caso contrário. Para fins de nomenclatura desta pesquisa, “escores” refere-se à interseção de um indicador e um ano de uma empresa.

A população da pesquisa é formada por empresas da BM&FBOVESPA. A amostra foi escolhida por acessibilidade. Segundo Gil (2008, p. 94), este tipo de amostragem se caracteriza quando “o pesquisador seleciona os elementos a que tem acesso, admitindo que estes possam, de alguma forma, representar o universo.”

Em um segundo momento, os resultados obtidos foram comparados com estudos anteriores que utilizaram os mesmos indicadores em grandes empresas da Itália, República Popular da China e Austrália.

## 4. ANÁLISE DOS RESULTADOS

### 4.1. Resultados 2015 e 2016

Foram selecionadas as 10 maiores empresas em PL Consolidado listadas na BM&FBOVESPA de acordo com o ranking da ECONOMÁTICA® divulgado em 2015 (TABELA 1). Os dados coletados do ranking foram fornecidos em visita autorizada à Universidade Federal do Ceará em 14/02/2017.

Tabela 1 - Lista das 10 (dez) maiores empresas em Patrimônio Líquido Consolidado em 2015

Nome	Id	Códigos de Negociação	PtLqCo Dez 2015	Setor Econômico
PETROLEO BRASILEIRO S.A. PETROBRAS	J	PETR3; PETR4	257,930,000	Petróleo, gás e biocombustíveis
VALE S.A.	I	VALE3; VALE5	139,419,590	Materiais básicos
TELEFONICA BRASIL S.A.	H	VIVT3; VIVT4	68,567,242	Telecomunicações
AMBEV S.A.	G	ABEV3	50,333,633	Consumo não cíclico
ITAUSA INVESTIMENTOS ITAU S.A.	F	ITSA3; ITSA4	47,870,000	Financeiro e outros

Continua...

Nome	Id	Códigos de Negociação	PtLqCo Dez 2015	Setor Econômico
CENTRAIS ELET BRAS S.A. - ELETROBRAS	E	ELET3; ELET5; ELET6	41,739,222	Utilidade pública
GERDAU S.A.	D	GGBR3; GGBR4	31,970,383	Materiais básicos
JBS S.A.	B	JBSS3	29,621,378	Consumo não cíclico
BMFBOVESPA S.A. BOLSA VALORES MERC FUT	C	BVMF3	18,352,213	Financeiro e outros
TIM PARTICIPACOES S.A.	A	TIMP3	16,933,044	Telecomunicações

Fonte: Adaptado de ECONOMÁTICA® (2017)

Os dados apresentados na Tabela 2 evidenciam a frequência de divulgação do capital intelectual nas empresas apresentadas, obtidos através do número de vezes que cada um dos indicadores foi citado nos demonstrativos de cada companhia, de modo que estes poderiam divulgar ou não determinado indicador. Os parâmetros da Tabela 2 foram organizados de acordo com a lista apresentada na pesquisa de Guthrie e Petty (2000). A coluna de percentual de participação é em relação ao total de indicadores encontrados e não ao seu subgrupo. A coluna “Ordem” aponta a ordem dos indicadores mais para os menos encontrados.

Tabela 2 - Frequência dos dados encontrados por classe

Parâmetros	Frequência		Totais	Média	Percentuais de participação	Ordem
	2015	2016				
<b>Capital Estrutural</b>	43	37	80	40	35,56%	
<b>Propriedade Intelectual</b>						
Patentes	3	4	7	3,5	3,11%	16°
Direitos de autoria	0	0	0	0	0,00%	24°
Marcas registradas	4	5	9	4,5	4,00%	13°
<b>Ativos Estruturais</b>						
Filosofia de gerenciamento	4	2	6	3	2,67%	18°
Cultura Corporativa	9	9	18	9	8,00%	2°
Processos Gerenciais	7	2	9	4,5	4,00%	13°
Sistema de Informação	7	10	17	8,5	7,56%	3°
Sistema de rede	6	5	11	5,5	4,89%	9°
Relações Financeiras	3	0	3	1,5	1,33%	20°
<b>Capital Relacional</b>	45	35	80	40	35,56%	
Marcas	7	5	12	6	5,33%	8°
Clientes	6	5	11	5,5	4,89%	9°
Lealdade do Cliente	0	1	1	0,5	0,44%	23°
Nomes da Companhia	8	2	10	5	4,44%	11°
Canais de distribuição	7	6	13	6,5	5,78%	7°
Colaboradores comerciais	7	3	10	5	4,44%	11°
Contratos de licenciamento	6	8	14	7	6,22%	6°

Continua...

Contratos favoráveis	3	4	7	3,5	3,11%	16°
Parâmetros	Frequência		Totais	Média	Percentuais de participação	Ordem
	2015	2016				
Acordos de franquias	1	1	2	1	0,89%	22°
<b>Capital Humano</b>	39	26	65	32,5	28,89%	
Know-how (experiência/perícia)	5	3	8	4	3,56%	15°
Educação	10	9	19	9,5	8,44%	1°
Qualificação Vocacional	2	2	4	2	1,78%	19°
Conhecimento relacionado ao trabalho	9	6	15	7,5	6,67%	5°
Competências relacionadas com o trabalho	10	6	16	8	7,11%	4°
Espírito Empreendedor	3	0	3	1,5	1,33%	20°
<b>TOTAIS</b>	<b>127</b>	<b>98</b>	<b>225</b>	<b>112,5</b>	<b>100,00%</b>	

Fonte: Dados da pesquisa

Observou-se 240 ocorrências de indicadores analisados em 2015, onde houve uma evidenciação de 127 escores (52,92%), e em 2016 de 98 escores (40,83%), apresentando uma diminuição de evidenciação de 29 escores (22,83%), conforme Tabela 2. No geral, em 2015 e 2016, houve evidenciação total de 225 indicadores (46,88%). A média de evidenciação foi de 11,5 atributos por empresa, onde o número mínimo de atributos reportados foi 7 e o máximo 17.

O parâmetro mais comum foi a “Educação” - como capital humano - com evidenciação de todas as empresas em 2015 e 9 em 2016, demonstrando a relevância deste aspecto como valor para as empresas. No Capital estrutural pode-se evidenciar dois indicadores de grande relevância, a “Cultura Corporativa” e o “Sistema de Informações”, representando 8,00% e 7,56% do total. A situação ajuda a suportar as afirmações de Schmidt e Santos (2009) e Colauto *et al* (2009), pois tais empresas apresentam grande preocupação com qualificação pessoal e incentivos à inovação tecnológica, representada principalmente pela criação e desenvolvimento de novos *softwares*.

O indicador “Direitos de autoria” - como capital estrutural - não foi encontrado nas empresas, o que pode estar relacionado às atividades das mesmas. Ressalta-se a baixa evidenciação do indicador “Espírito empreendedor”, que, apesar do custeio de ações promovedoras de empreendedorismo em *start ups* ou em organizações terceiras, não foi possível considerar como CI para a empresa patrocinadora, uma vez que não fazem parte e nem agregam valor à sua estrutura organizacional.

A maioria das informações foram divulgadas discursivamente, eram localizadas majoritariamente nas sessões de Recursos Humanos, Tecnologia e Inovação, algumas exceções foram “Clientes” e “Marcas” que em estavam mensurados em valores monetários. O fato já era esperado, observando-se a grande dificuldade da mensuração confiável dos ítems, que geralmente têm essência qualitativa. Segundo Guthrie e Petty (2000, p.8, tradução livre),

A ausência de uma expressão quantitativa de itens de capital intelectual parece confirmar a visão generalizada de que as empresas estão, neste momento, mais interessadas em simplesmente entender onde o valor real da empresa reside do que atribuir valores em dólares a esses itens.

Buscando maior elucidação acerca do resultado, pode-se verificar os índices encontrados por empresa de acordo com a Tabela 3.

Tabela 3 - Resultados por empresa

Legenda: A: Tim; B: JBS; C: Bovespa; D: Gerdau; E: Eletrobrás; F: Itaú; G: Ambev; H: Telefônica; I: Vale; J: Petrobrás

	Capital	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	SUBTOTAL
2015	Estrutural	3	6	3	3	4	3	6	6	4	5	43
	Relacional	4	5	2	5	5	4	6	6	3	5	45
	Humano	3	4	4	4	4	2	4	5	5	4	39
	Capital	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	SUBTOTAL
2016	Estrutural	3	4	2	4	5	3	4	5	3	4	37
	Relacional	3	5	3	3	2	2	6	5	2	4	35
	Humano	2	3	2	5	2	0	2	4	4	2	26
	Capital	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	SUBTOTAL
2015	Estrutural	6	10	5	7	9	6	10	11	7	9	80
	Relacional	7	10	5	8	7	6	12	11	5	9	80
2016	Humano	5	7	6	9	6	2	6	9	9	6	65
	<b>TOTAL</b>	<b>18</b>	<b>27</b>	<b>16</b>	<b>24</b>	<b>22</b>	<b>14</b>	<b>28</b>	<b>31</b>	<b>21</b>	<b>24</b>	<b>225</b>
	% Evidenciado	37,50	56,25	33,33	50,00	45,83	29,17	58,33	64,58	43,75	50,00	46,88%

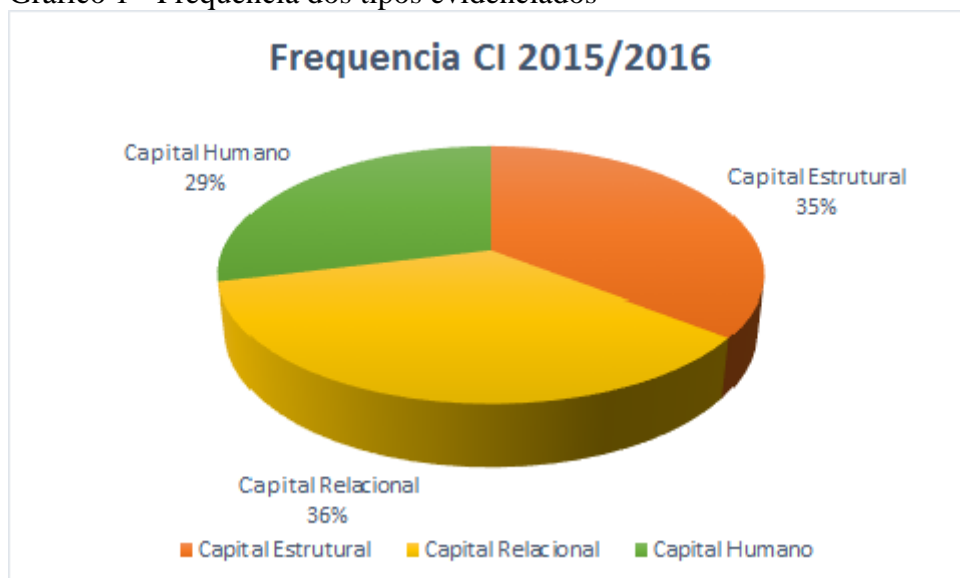
Fonte: Dados da pesquisa

Dentre as empresas pesquisadas, destacam-se a Telefônica Brasil, com 64,58% de divulgação do CI, e a Itaú S.A., com 29,17% divulgado. A maior diferença entre as duas foi o “Capital Humano”, onde foram divulgados 7 escores a mais pela Telefônica Brasil.

Verificou-se uma redução generalizada de divulgação em todas as classes de CI, especialmente do Capital Humano, onde se observou a diminuição de 13 escores evidenciados. Os indicadores que mais perderam evidênciação em 2016 foram relacionados a “Competências relacionadas com o trabalho” e “Colaboradores comerciais”, ambos com menos 4 escores de evidênciação. A diminuição de divulgação e o baixo nível de evidênciação podem sustentar a afirmação de Williams (2001), no quesito de que há uma relutância para a divulgação de CI, contudo não se pode concluir que o motivo seja devido a vantagens competitivas.

A divulgação voluntária fornecida pelos relatórios de sustentabilidade, em especial das empresas participantes do Global Reporting Initiative (GRI), foi de grande participação para a divulgação de dados, fornecendo aspectos importantes a serem publicados, os quais tangenciam o CI. O fato pode ser sustentado através da teoria da legitimidade e da sinalização, apresentadas por Gunthrie, Petty e Ricceri (2006), Williams (2001) e Martins (2013), onde as empresas divulgam tais informações para atrair investidores demonstrando legitimidade e transparência da governança corporativa.

Gráfico 1 - Frequência dos tipos evidenciados



Fonte: Dados da pesquisa

O Gráfico 1 demonstra a composição de divulgação do CI consolidado de 2015 e 2016 divididos entre cada categoria. Observa-se uma maior representatividade do capital relacional (36%) em relação ao capital humano (29%) e estrutural (35%).

Verifica-se que, ao contrário do capital humano, a divulgação do capital estrutural e relacional eram mais frequentes em relatórios contábeis, o que pode ser explicado pela difícil mensuração e confiabilidade dos dados. Bozzolan, Favotto e Ricceri (2003) relacionam a baixa evidenciação de capital humano baseando-se na argumentação de redução da vantagem competitiva. Guthrie e Petty (2000) complementam afirmando que as organizações ainda podem não possuir ou não estarem cientes de mecanismos que informem suas mudanças, supondo que elas estejam genuinamente comprometidas com a evidenciação do CI.

#### 4.2. Comparação a estudos anteriores

A partir de estudos anteriores que utilizaram os indicadores elaborados por Gunthrie e Petty (2000), foram consolidados os resultados (TABELA 4), com o objetivo de se obter uma comparação ou alinhamento frente a outras regiões. A média foi calculada para fins de comparabilidade e não inclui o estudo atual (Brasil 2015/2016).

Tabela 4 - Resultado de estudos anteriores

Capital	Austrália (1998)	Hong Kong (2002)	Austrália (2002)	Itália (2003)	Média	Brasil (2015/2016)
Estrutural	40%	28%	41%	30%	35%	35%
Relacional	30%	37%	49%	49%	41%	36%
Humano	30%	35%	10%	21%	24%	29%

Fonte: Adaptado de Guthrie e Petty (2000); Guthrie, Federica e Ricceri (2002); Bozzolan, Favotto e Ricceri (2003); respectivamente

Comparando as médias entre estudos e o resultado desta pesquisa, verifica-se um deslocamento de divulgação entre o capital relacional para o humano nas empresas brasileiras

de 5%, enquanto o capital estrutural encontrado permaneceu na média de 35%. Comparando a composição do CI entre estudos, o resultado obtido pela Austrália (1998) foi que o mais se aproximou da divulgação brasileira, com variação entre classes de 5,56%, enquanto as outras pesquisas variaram em 7,56%, 18,89% e 13,44% em seus resultados, respectivamente à ordem da Tabela 4.

Segundo Guthrie e Petty (2000), a dominância do capital relacional no seu estudo foi devido à racionalização dos canais de distribuição, reconfiguração das cadeias de valor da empresa e na reavaliação do valor do cliente, assim como o aumento da concorrência a nível mundial, particularmente nos setores de serviços financeiros e varejo, onde os mercados estão sendo segmentados e fraturados e competir por participação de mercado é uma prioridade.

Os elementos mais evidenciados entre estudos foram: “Espírito Empreendedor” na Austrália (1998); “Filosofia de gerenciamento” e “Colaboradores Comerciais” na Austrália (2002) e Hong Kong; “Filosofia de Gerenciamento” e “Projetos de Pesquisa” (atributo criado pelo autor) na Itália. Ressalta-se que, com exceção de “Projetos de Pesquisa”, dos indicadores mais evidenciados em outros países, o que obteve maior relevância para este estudo foi “Colaboradores Comerciais”, com 4,44% de representatividade total, “Espírito Empreendedor” e “Filosofia de Gerenciamento”, que obtiveram 1,33% e 2,67% de evidenciação, respectivamente. Contudo, o atributo mais evidenciado nas empresas brasileiras, “Educação”, obteve baixa relevância em todos os outros estudos.

Assim como no estudos conduzidos na Austrália (1998-2002) e Itália, observou-se baixa ou diminuição na evidenciação de capital humano. Williams (2001) ressalta a existência da possibilidade de não divulgação devido a um baixo CI, afetando a reputação negativamente no mercado para a empresa. Apesar dos gerentes desejarem oferecer informações relevantes ou úteis adicionais ao público, a pequena porcentagem representada pela divulgação do capital humano pode ser explicada pelo argumento de que eles estão preocupados com o risco de tais informações serem usadas pelos concorrentes. (BOZZOLAN; FAVOTTO; RICCERI, 2003).

Antunes (2005) e Góis, Luca e Alcántara, (2016) ressaltam a forte percepção dos gestores, assim como a importância estratégica necessária, da divulgação do Capital Humano para criação de valor para acionistas. Algumas semelhanças notáveis entre pesquisas foram as reivindicações frequentes das empresas nos relatórios anuais de que os recursos humanos representavam o recurso mais importante para a organização. Diferentemente de outros estudos, onde muitas vezes não eram apoiados pela divulgação real do capital humano nos relatórios anuais, alguns dos indicadores mais evidenciados desta pesquisa se encontravam neste grupo.

Em relação à divulgação do capital estrutural, verificou-se similaridades com a pesquisa Italiana, onde grande parte de sua composição vem de “Ativos estruturais”, principalmente de projetos de pesquisas e sistemas de informações, sendo menos representativa a área de “Propriedade intelectual”.

Os estudos Australianos concluíram que o baixo nível de divulgação de CI está intimamente relacionado a não possuírem mecanismos adequados para o acesso a mudanças e por não possuírem um quadro estabelecido e geralmente aceito para relatórios, no Brasil podemos considerar o GRI como esse quadro. No quesito evidenciação, o estudo Italiano se aproximou mais ao resultado deste artigo, com 51% de evidenciação total, Bozzolan, Favotto e Ricceri (2003) concluem que as empresas estão atentas à divulgação de CI.

## 5. CONCLUSÃO



No presente estudo se investigou a frequência de divulgação anual do capital intelectual nas maiores empresas em patrimônio líquido da BM&FBOVESPA para responder ao seguinte questionamento: Qual a frequência de divulgação anual do capital intelectual das 10 maiores empresas em patrimônio líquido consolidado listadas na BM&FBOVESPA dos anos de 2015 e 2016? Através de uma análise qualitativa de dados, utilizou-se uma lista de indicadores pré-estabelecidos com a finalidade de verificar a divulgação em relatórios, obrigatórios e voluntários, em uma amostra de 10 empresas que divulgaram relatórios anuais e/ou de sustentabilidade referentes aos exercícios de 2015 e 2016, totalizando 20 observações. Após análise conclui-se que os objetivos propostos foram atingidos.

A teoria da legitimidade teve grande participação para a evidenciação encontrada nesta pesquisa, representada pelas divulgações voluntárias, pois consistiu em grandes centros detentores de informações acerca do CI.

Em relação à frequência, observa-se que há certa preocupação quanto à divulgação do CI, com leve dominância do Capital Relacional em relação ao Estrutural, apesar do indicador mais evidenciado, “Educação”, ser encontrado no Capital Humano. Verifica-se também uma diminuição significativa de evidenciação entre períodos de 2015 e 2016, podendo ser justificada devido à perda de vantagens competitivas, impacto negativo sobre a reputação e disputa por *market share*.

Quanto à comparação com estudos anteriores, observou-se maior semelhança da evidenciação de CI com o estudo Italiano, contudo a composição do mesmo tem maior similitude com a pesquisa Australiana (1998). Apesar da taxa de evidenciação parecida, não se pode comparar igualmente o estudo Italiano com esta pesquisa, devido ao acréscimo de outro indicador promovido pelo autor. Ressalta-se que, quanto à composição, as empresas pesquisadas deste estudo ficam próximas à média entre pesquisas.

Algumas limitações encontradas foram o número de empresas utilizadas como objeto e alguns relatórios de sustentabilidade não divulgados até a data deste trabalho. Como a amostragem utilizada foi pequena, recomenda-se para pesquisas posteriores uma amostragem maior, utilizando-se de modelos de regressão para uma análise quantitativa de dados. Sugere-se também outro estudo com maior elasticidade temporal, para que se possa avaliar as possíveis evoluções das práticas de evidenciação do CI.

## REFERÊNCIAS

ANTUNES, M. T. P.O Capital Intelectual segundo o entendimento de gestores de empresas brasileiras. **Revista Brasileira de Gestão de Negócios**, v. 7, n. 19, p. 9-20, 2005.

BASHIN, M. L. Disclosure of Intellectual Capital in Annual Reports: An Empirical Study of the Indian IT Corporations. **Modern Economy**, v. 2, p 455-467, 2011.

BRENNAN, N. Reporting intellectual capital in annual reports: evidence from Ireland. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, v. 14, p.423-436, 2001.

BONTIS, N. Intellectual Capital Disclosure in Canadian Corporations. **Journal of Human Resource Costing & Accounting**, v. 7, p. 9-2, 2003.

BOZZOLAN, S.; FAVOTTO, F.; RICCERI, F. Italian annual intellectual capital disclosure: An empirical analysis. **Journal of Intellectual Capital**, v. 4, p.543-558, 2003.

CASTRO, F.A.R.; SIQUEIRA, J.R.M.; MACEDO, M.A.S. Indicadores ambientais essenciais: Uma análise da sua utilização nos relatórios de sustentabilidade das empresas do setor de energia elétrica sul americano, elaborados pela versão “G3” da Global Reporting Initiative. In: SOUTH AMERICAN CONGRESS ON SOCIAL AND ENVIRONMENTAL ACCOUNTING RESEARCH – CSEAR, 1., 2009, Rio de Janeiro. In: **Anais...** Rio de Janeiro: UFRJ, 2009. p. 1-16. Disponível em: <[http://www.simpoi.fgv.br/arquivo/2009/artigos/E2009\\_T00130\\_PCN91368.pdf](http://www.simpoi.fgv.br/arquivo/2009/artigos/E2009_T00130_PCN91368.pdf)>. Acesso em: 22 jun. 2017.

COLAUTO, R. D.; NASCIMENTO, P. S.; AVELINO, B. C.; BISPO, O. N. A. Evidenciação de ativos intangíveis não adquiridos nos relatórios da administração das companhias listadas nos níveis de governança corporativa da Bovespa. **Contabilidade Vista & Revista**, v. 20, n. 1, p. 142-169, 2009.

COMITÊ DE PRONUNCIAMENTOS CONTÁBEIS – CPC, **Pronunciamento Conceitual Básico CPC 00 (R1) – Estrutura Conceitual para Elaboração e Divulgação de Relatório Contábil-Financeiro**. Disponível em: <[http://static.cpc.mediagroup.com.br/Documentos/147\\_CPC00\\_R1.pdf](http://static.cpc.mediagroup.com.br/Documentos/147_CPC00_R1.pdf)>. Acesso em: 08 nov. 2016.

COMITÊ DE PRONUNCIAMENTOS CONTÁBEIS – CPC, **Pronunciamento Técnico CPC 04 (R1) Ativo Intangível**. Disponível em: <[http://static.cpc.mediagroup.com.br/Documentos/187\\_CPC\\_04\\_R1\\_rev%2008.pdf](http://static.cpc.mediagroup.com.br/Documentos/187_CPC_04_R1_rev%2008.pdf)>. Acesso em: 08 nov. 2016.

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

GIL, A. C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6.ed. São Paulo: Atlas, 2008.

GOH, P. C.; LIM, K. P. Disclosing intellectual capital in company annual reports: evidence from Malaysia. **Journal of Intellectual Capital**, v. 5, p. 500-510, 2004.

GOIS, A. D.; LUCA, M. M. M.; MONTE JUNIOR, J. A. A. Fatores determinantes do Disclosure no capital humano. **RACE: Revista de Administração, Contabilidade e Economia**, Joaçaba: Ed. Unoesc, v. 15, n. 1, p. 201-226, jan./abr. 2016.

GRACIOLI, C.; GODOY, L. P.; LORENZETT, D. B.; GODOY, T. P. Capital intelectual: uma ferramenta inovadora na busca por vantagens competitivas. **Revista de Administração e Inovação**, v. 9, n. 4, p. 96-120, 2012.

GUTHRIE, J.; PETTY, R. Intellectual capital: Australian annual reporting practices, **Journal of Intellectual Capital**, v. 1, n. 3, p. 241-51, 2000.

GUTHRIE, J.; PETTY, R.; RICCERI, F. The voluntary reporting of intellectual capital: comparing evidence from Hong Kong and Australia. **Journal of Intellectual Capital**, v. 7, p. 254-271, 2006.

HENDRIKSEN, E. S.; BREDA, M. F. V. **Teoria da contabilidade**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

IASB - INTERNATIONAL ACCOUNTING STANDARDS BOARD. **Normas internacionais de contabilidade**. São Paulo: IBRACON, 2001.

IUDÍCIBUS, S. **Teoria da Contabilidade**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 1997.

LOPES, A.B.; MARTINS, E. **Teoria da contabilidade: uma nova abordagem**. São Paulo: Atlas, 2014.

MACEDO, A. F. P.; OLIVEIRA, A. M.; NOBRE, L. N.; BRITO, S. G.; QUANDT, C. O. Governança corporativa e evidencição de capital intelectual em empresas brasileiras. **Revista Evidencição Contábil & Finanças**, v. 3, n. 1, p. 18-33, 2015.

MARTINS, M. M. A. Divulgação do capital intelectual em Portugal na primeira década do século XXI. **Encontros Científicos-Tourism & Management Studies**, n. 3, p. 832-847, 2013.

MARTINS, M. M.; MORAES, A. I.; ISIDRO, H. A divulgação do capital intelectual em Portugal na primeira década do século XXI. **Book of Proceedings – TMS Algarve**, v. 3, 2012.

MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos da Metodologia Científica**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2003.

MOREIRA, F. G.; VIOLIN, F. L.; SILVA, L. C. Capital intelectual como vantagem competitiva: um estudo bibliográfico. **Revista de Carreiras e Pessoas**, v. 4, n. 3, p. 296-311, 2014.

MOURA, G. D.; FANK, O. L.; RAUSCH, R. B. Evidencição do capital intelectual pelas empresas do setor de telefonia fixa listadas na bolsa de valores, mercadorias e futuros – BMF&Bovespa. **Revista de Administração da Unimep**, v. 12, n. 2, p. 1-20, 2014.

NIKOLAEVA, R.; BICHO, M. The role of institutional and reputational factors in the voluntary adoption of corporate social responsibility reporting standards. **Journal of The Academy of Marketing Science**, New York: Springer, n. 39, p. 136-157, 2011.

NIYAMA, J.K.; SILVA, C.A.T. **Teoria da Contabilidade**. 3ª ed. São Paulo: Atlas, 2013.

OLIVEIRA, L.; RODRIGUES, L. L.; CRAIG, R. Firm-specific determinants of intangibles reporting: evidence from the Portuguese stock market. **Journal of Intellectual Capital**, v. 10, p. 11-33, 2006.

OLIVEIRA, E. C. **Avaliações de empresas de Tecnologia da Informação no Brasil que possuem ações na BMF & Bovespa no período de 2009 á 2014**. 2015. 175 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Cont. Atuariais) - Pontifícia Universidade Católica de São Paulo, São Paulo, 2015.

ORGANISATION FOR ECONOMIC CO-OPERATION AND DEVELOPMENT.  
**Measuring and reporting intellectual capital: experience, issues, and prospects**. 1999.

PIACENTINI, N. **Evidenciação contábil voluntária: uma análise da prática adotada por companhias abertas brasileiras**. 2004. p. 132 Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis)– Universidade do Vale do Rio dos Sinos, São Leopoldo, 2004.

RITTA, C. O.; ENSSLIN, S. R.; RONCHI, S. H. A evidenciação dos ativos intangíveis nas empresas brasileiras: empresas que apresentaram informações financeiras à Bolsa de Valores de São Paulo e Nova York em 2006 e 2007. **Revista Eletrônica de Ciência Administrativa (RECADM)** ISSN 1677-7387. v. 9, n. 1, p. 62-75, Maio/2010.

SCHMIDT, P.; SANTOS, J.L. **Avaliação de Ativos Intangíveis**. 2ª ed. São Paulo: Atlas, 2009.

SHARABATI, A. A. ; JAWAD, S. N. Intellectual capital and business performance in the pharmaceutical sector of Jordan. **Management Decision**, v. 48, p. 105-131, 2010.

STEWART, T. A. **Intellectual capital** : the new wealth of organizations. New York: Doubleday/Currency, 1997.

WILLIAMS, S. M. Is intellectual capital performance and disclosure practices related? **Journal of Intellectual Capital**, v. 2, n. 3, p. 192-203, 2001.

WILLIS, A.C.A. The Role of the Global Reporting Initiative's Sustainability Reporting Guidelines in the Social Screening of Investments. **Journal of Business Ethics**, New York: Springer, n. 43, p. 233-237, 2003.