

REAVI

EVIDENCIAÇÃO VOLUNTÁRIA DO CAPITAL INTELECTUAL: UM ESTUDO COM EMPRESAS DO NOVO MERCADO

INTELECTUAL CAPITAL VOLUNTARY EVIDENCE: A STUDY WITH NOVO MERCADO COMPANIES

Luiza Helena Radtke Reis Gomes *
Igor Pereira da Luz**
Rodrigo Rengel***

RESUMO

O estudo tem como objetivo investigar os elementos de evidenciação voluntária de Capital Intelectual (CI) extraídos dos Relatórios da Administração (RAs) e identificar a frequência dessa divulgação. A amostra conta com 05 companhias listadas na B3 (Brasil, Bolsa, Balcão) pelo segmento Novo Mercado. A pesquisa se caracteriza pela natureza descritiva, o procedimento técnico adotado foi a pesquisa documental e a interpretação dos RAs teve abordagem quantitativa e qualitativa. Observaram-se os seguintes resultados: 100% das empresas da amostra evidenciaram elementos de CI; elementos como Educação (40%) e Canal de Distribuição (21,62%) obtiveram destaque na frequência da divulgação. A categoria com maior representatividade foi Capital Externo (36%). A companhia JBS S.A. foi a empresa com maior número de elementos de CI divulgados (31). No comparativo feito com pesquisas anteriores, verificou-se o aumento na divulgação, identifica-se maior preocupação pelas empresas em relação à evidenciação do CI. O estudo reforça a ideia sobre a dificuldade de quantificação e mensuração do CI e contribuiu também para que as empresas assumam uma nova postura em relação ao tratamento do CI.

Palavras-chave: Capital Intelectual. Evidenciação Voluntária. Novo Mercado.

ABSTRACT

The study aims to investigate the elements of voluntary disclosure of Intellectual Capital (CI) extracted from Management Reports (RAs) and to identify the frequency of such disclosure. The sample includes 05 companies listed on B3 (Brazil, Bolsa, Balcão) by the Novo Mercado segment. The research is characterized by its descriptive nature, the technical procedure adopted was the documentary research and the interpretation of the ARs had a quantitative and qualitative approach. The following results were observed: 100% of the sample companies showed CI elements; elements such as Education (40%) and Distribution Channel (21.62%) were highlighted in the frequency of disclosure. The most representative category was External Capital (36%). The company JBS S.A. was the company with the highest number of IC elements disclosed (31). In the comparison made with previous researches, there was an increase in disclosure, a greater concern was identified by companies in relation to the disclosure of IC. The study reinforces the idea about the difficulty of quantifying and measuring intellectual capital and also contributed to companies taking a new stance in relation to the treatment of intellectual capital.

* Centro Universitário Estácio de Sá. E-mail: luiiza.gomes@gmail.com

** Centro Universitário Estácio de Sá. Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC. E-mail: i.pereiradaluz@gmail.com

*** Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC. E-mail: rengel.rodrigo@hotmail.com

Keywords: Intellectual capital. Voluntary Disclosure. Novo Mercado.

Data de submissão: 13 de fevereiro de 2020.

Data de aprovação: 15 de março de 2020.

Disponibilidade: <http://www.revistas.udesc.br/index.php/reavi/index>

1 INTRODUÇÃO

Os relatórios contábeis não retratam completamente a realidade das empresas, isso é observado pela diferença entre o valor contábil e o valor de mercado das ações. Uma das diferenças entre estes valores é identificada como Capital Intelectual (CI). Isto demonstra a necessidade de aplicar novas estratégias, filosofias de gestão e formas de avaliar o valor da empresa (ANTUNES; MARTINS, 2002).

O CI é composto por três grupos: (i) capital interno, composto por patentes, conceito e filosofia da empresa e sistemas de informação; (ii) capital externo, relacionado aos clientes, reputação da empresa e relacionamentos empresariais; (iii) capital humano, constituído pelo conhecimento e competência dos funcionários (SVEIBY, 1998). Seu entendimento como combinação de ativos intangíveis é valorizado cada vez mais pelas mudanças originadas com a gestão do conhecimento. A utilização dos sistemas de informação e a necessidade de uma força de trabalho dependente da expertise e da tecnologia levam as empresas a aplicarem métodos e habilidade diferentes das até então empregadas (ANTUNES; MARTINS, 2002). O conhecimento é considerado um ativo crucial para o desenvolvimento organizacional, principalmente para a inovação e a busca de vantagens competitivas (CRUZ, 2011).

As fontes de conhecimento como a geração de valor à empresa têm exigido estruturas alternativas para apresentar o desempenho da organização. Nesse sentido, tornou-se necessário a divulgação voluntária do CI (REINA; ENSSLIN; BORBA, 2009). Esse tipo de evidenciação pode ser um meio informacional para os investidores. Assuntos de importância para sucessos das companhias são demasiadamente úteis, particularmente, evidenciações de conceitos de cultura, gestão e tendências, que se tornam fatores críticos para o sucesso (REINA; ENSSLIN; BORBA, 2009).

Considerando que é um elemento que agrega valor às organizações, espera-se que as empresas se preocupem em evidenciar esses intangíveis, mesmo não havendo obrigatoriedade (CARVALHO *et al.*, 2006). Nesse contexto, elaborou-se o seguinte problema de pesquisa: **Quais elementos de capital intelectual são evidenciados voluntariamente nos relatórios da administração (RAs) das empresas listadas pelo Novo Mercado?.** Para responder à pergunta da pesquisa, tem-se o objetivo de evidenciar as formas de divulgação do CI, pelas companhias brasileiras listadas no Novo Mercado a partir dos Relatórios da Administração.

Justifica-se a importância do estudo por acreditar que a evidenciação do CI apresente uma vantagem competitiva para as empresas listadas no mercado de ações. A partir do momento em que a empresa gerencia e mensura todos os seus ativos, seja tangível ou intangível, adquire-se maior valor de mercado, assim aumentando a competitividade.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 CAPITAL INTELECTUAL

O conhecimento é um fator que está cada vez mais impregnado nos serviços e produtos oferecidos pelas companhias (LIMA, 2010). Pois passou a representar para as empresas um diferencial competitivo ao saberem adquiri-lo, mantê-lo, geri-lo e utilizá-lo de uma forma eficiente e eficaz (PAIVA, 1999). Surge-se assim, o conceito de Capital Intelectual (CI) tão ou mais importante que o Capital Econômico (PAIVA, 1999). Visto que cada vez mais se utilizam menos insumos e mais do conhecimento e da informação no ambiente empresarial (LIMA, 2010). Para Sveiby (1998, p. 9) “as pessoas são os únicos verdadeiros agentes da empresa”. Todos ativos (tangíveis e/ou intangíveis) são resultados das ações humanas.

Na visão econômica, tem-se o ser humano como capital pela sua capacidade de gerar bens e serviços, por meio de força de trabalho e/ou conhecimento, compondo importante fonte de acumulação de valor e crescimento econômico (LIMA, 2010). As organizações que mensuram e gerenciam seu CI apresentam vantagem competitiva, uma vez que conseguem identificar e melhor utilizar esses importantes ativos à sua disposição, possibilitando a utilização do máximo de seu potencial (CARVALHO, 2006). A literatura apresenta diversas terminologias utilizadas para o CI, entre essas, destacam-se: ativos intangíveis, capital intangível, recursos intangíveis e propriedade intelectual (GUTHRIE; PETTY 2000; LEV, 2001; KAUFFMANN; SCHNEIDER, 2004).

Um dos conceitos mais aceitos pelos pesquisadores da área, e utilizado como base para o presente estudo é de Stewart (1998, p. 32) que afirma “o CI corresponde ao conjunto de conhecimentos e informações, encontrados nas organizações, que agregam valor ao produto e/ou serviços, mediante a aplicação da inteligência e não do capital monetário”.

A não evidenciação do CI pode trazer divergências para os principais *stakeholders* do mercado como aponta Moutisen, Buhk e Maar (2005) e Reina, Ensslin e Borba 2009, visto que não havendo divulgação prejudica as estimações realizadas por investidores externos e instituições financeiras e análises de especialista de mercados e acionistas, principalmente os minoritários, que não tem livre acesso a estrutura de intangíveis das empresas. Essa também pode beneficiar os gestores, que poderiam usufruir de informações privilegiadas. Tais pontos acarretam um aumento no custo de capital das empresas no mercado devido à precificação a partir do nível de risco da empresa (MOUTISEN, BUHK; MAAR, 2005; REINA; ENSSLIN; BORBA, 2009).

Sveiby (1998) aponta que a diferença entre o valor de mercado e o valor contábil de uma empresa de capital aberto refere-se aos seus ativos intangíveis, que em determinadas situações são impossibilitados de serem apresentados contabilmente. O autor ainda aponta que em determinadas empresas, os intangíveis são superiores aos bens tangíveis (SVEIBY, 1998). Esses ativos intangíveis são divididos em três grandes grupos: capital interno; capital externo; e capital humano.

O capital interno envolve as estruturas da organização desde a cultura ou espírito organizacional até sistemas, patentes, conceitos e modelos utilizados pela empresa, criados por funcionários ou adquiridos por terceiros. As decisões ligadas a esse subgrupo, para desenvolver ou investir envolvem um grau de segurança, visto que o trabalho é realizado internamente ou trazido de fora para a empresa (SVEIBY, 1998).

O capital externo inclui a carteira de clientes e fornecedores, assim como a imagem da empresa no mercado, têm-se ainda as propriedades legais, como marcar e patentes. As

decisões ligadas a esse subgrupo não possuem o mesmo grau de segurança, ademais o valor desses ativos é determinado pelo grau de satisfação da empresa com seus stakeholders, podendo esse ser volátil ao longo do tempo (SVEIBY, 1998).

Capital humano “envolve a capacidade de agir em diversas situações para criar tanto ativos tangíveis quanto intangíveis” (SVEIBY, 1998 p. 11). Adicionalmente, o capital humano deveria ser incluído no balanço patrimonial, nos ativos intangíveis, “porque é impossível conceber uma organização sem pessoas” (SVEIBY, 1998 p. 11). Nas organizações em que o principal fator é o conhecimento, maior parte das vezes há pouco recurso em equipamentos além de funcionários. “Como somente as pessoas podem agir, os funcionários passam a serem tanto os mentores desse equipamento quanto o próprio equipamento” (SVEIBY, 1998 p. 11).

O CI é dividido em três categorias, nas quais Rezende (2002) corroborando com Sveiby (1998) sugere a seguinte divisão: Ativos de mercado, ativos de estrutura e ativos de competência individual.

Ativos de mercado envolvem bens que proporcionam vantagem competitiva à empresa como a carteira de clientes e respectiva fidelidade, as relações com os *stakeholders* da organização como acionistas, bancos e fornecedores. Envolvem também a imagem da empresa, suas marcas registradas, canais de distribuição, licenças e franquias. (REZENDE, 2002; SVEIBY, 1998).

Ativos de estrutura confere qualidade, segurança, correção nas operações da empresa pois relaciona-se as ferramentas, processos e metodologias utilizadas no funcionamento do negócio. Assim como as tecnologias da organização, tal como *softwares*, bases de dados, sistemas estratégicos e operacionais, desenvolvimento de pesquisa e *know-how*, conhecimento prática da empresa (REZENDE, 2002; SVEIBY, 1998).

Ativos de competência individual envolvem o conhecimento e habilidades, a partir da capacidade criativa dos funcionários (REZENDE, 2002; SVEIBY, 1998). A crescente atenção às fontes de conhecimento na criação de valor tem exigido novas formas de evidenciar o desempenho organizacional. Entretanto, devido às limitações na forma de mensuração e a falta de regulação a maioria das fontes ligadas à competência individual não é relatada nas demonstrações financeiras. Com isso, cada vez mais os investidores estão solicitando sua divulgação voluntária (MOUTISEN; BUKH; MARR, 2005) devido a sua importância no âmbito empresarial (LIMA, 2010).

2.2 EVIDENCIAÇÃO VOLUNTÁRIA

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 elas estão inseridas, como sob o aspecto competitivo do cenário econômico” (PIACENTINI, 2004 p. 51). Em virtude da importância dos ativos intangíveis para as companhias, tem-se a importância dos dados adicionais sobre seus valores. Além disso, as evidenciações não deveriam somente apresentar o ponto positivo, mas também o negativo (PIACENTINI, 2004).

O relatório Anual da Administração é um dos canais de informação mais importantes que a companhia possui e sua abordagem envolve temas bastante variados (SANTOS, 1999). Esse relatório tornou-se um complemento das demonstrações contábeis e financeiras publicadas, ao fornecer informações adicionais relevantes ao processo decisório dos *stakeholders* (IUDICIBUS; MARTINS; GELBECK, 2008).

Existe ainda uma preocupação em proteger os interesses dos investidores, pois eles representam uma grande fatia do mercado. É importante para este investidor confiar no

investimento que está realizando (PIACENTINI, 2004). Diante desta preocupação foram criados mercados pela B3 e classificados como o Novo Mercado e os Níveis Diferenciados de Governança Corporativa (BOVESPA, 2003). As empresas pertencentes ao Novo Mercado possuem melhores níveis de evidenciamento contábil, visto que apenas fazem parte deste segmento, as companhias que se comprometem com a melhoria na prestação de informações ao público, dentre outras práticas. Na premissa de que se podem cativar mais investidores ao evidenciar mais as informações sobre CI (REINA; ENSSLIN; BORBA, 2009).

2.3 ESTUDOS ANTERIORES

As pesquisas relacionadas a seguir tiveram o mesmo objetivo desse estudo, de evidenciar a divulgação dos elementos de CI. Carvalho (2006) realizou um estudo longitudinal nos anos 2000, 2002 e 2004, referente à evidenciamento voluntária do CI nos RAs. Como amostra, utilizou-se das vinte maiores empresas de capital aberto do Brasil. Quanto à categoria mais representativa, seus dados apresentam o Capital Externo, com 42%. Em seguida, observaram a categoria Competências dos Funcionários com 30% e Capital interno com 28%. Os resultados ainda demonstram uma tendência crescente (dezoito das vinte companhias analisadas) para a evidenciamento voluntária do CI nos anos observados.

Reina *et al* (2009) investigaram as formas de divulgação do CI de empresas do Novo Mercado. Foram analisadas 30 (trinta) empresas e somente duas não evidenciaram CI. Quanto aos itens mais representativos, destacou-se o elemento “Processos Gerenciais” entre os mais evidenciados (90%), seguido do elemento “Filosofia Gerencial” (73%). Os autores concluíram que a relação entre esses dois elementos demonstra uma preocupação com o melhor gerenciamento de seus processos internos, estabelecendo metas e outras formas de “Filosofia Gerencial”. Outro elemento que apareceu com frequência foi Educação (56%), evidenciando a preocupação das companhias em divulgar investimentos e incentivos aos colaboradores, bem como atrair novos talentos.

Maçambinni (2010) relacionou as características das empresas e o nível de evidenciamento dos elementos do CI. A amostra do estudo incluiu 54 companhias, com maior volume de negociação e apenas quatro empresas não evidenciaram nenhum elemento do CI. Na categoria Capital Humano o nível de evidenciamento foi de 81,48%. Como item mais evidenciado, tem-se “Treinamento, Desenvolvimento e Capacitação” com 59,26%. A categoria Capital Estrutural se destacou com 92,59% de divulgação. Os elementos mais evidenciados foram: Práticas Ambientais (75,93%), Governança Corporativa (74,07%) e Responsabilidade Social (70,37%). Na categoria Capital de Clientes destacaram-se: Prêmios e Certificações (53,70%) e Participações no Mercado (40,74%).

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

O estudo se caracteriza pela natureza de pesquisa descritiva, sendo que o principal foco é a investigação da divulgação do CI das empresas brasileiras do Novo Mercado. O procedimento técnico adotado foi o documental, pela análise do conteúdo dos Relatórios da Administração (RAs). Neste estudo, a abordagem qualitativa se dá por meio da interpretação dos RAs e a abordagem quantitativa, pelas porcentagens traçadas para numerar as evidenciamentos.

Foi realizada uma pesquisa no site da B3 que relaciona as 141 empresas listadas no Novo Mercado (NM), divididas em 03 partes: Setor de Atuação, Segmento e Composição do Capital Social. Após isso, extraiu-se 05 segmentos com maior número de empresas e utilizou-

se como critério de escolha uma empresa de cada segmento selecionado com base no Capital Social. O objetivo da utilização deste critério é analisar diferentes universos empresariais. As empresas da amostra encontram-se no Quadro 1 e os valores atribuídos às empresas estão representados em moeda corrente (R\$).

Quadro 1 – Empresas Pesquisadas

Nº	Empresa	Composição do C.S.	Sector de Atuação	Segmento
1	BCO BRASIL S.A.	2.865.417.020,00	Financeiro	Bancos
2	JBS S.A.	2.728.747.412,00	Consumo Não Cíclico	Carnes e Derivados
3	VALE S.A.	5.284.474.782,00	Materiais Básicos	Minerais Metálicos
4	VIA VAREJO S.A.	1.294.350.151,00	Consumo Cíclico	Eletrodomésticos
5	WEG S.A.	2.098.658.999,00	Bens Industriais	Motores, Compressores e Outros

Fonte: B3 (2019).

Para a coleta de dados, foram analisados os Relatórios da Administração (RAs) do ano de 2017, extraídos dos endereços eletrônicos de cada empresa. Utilizou-se para encontrar a composição do capital social o site da B3.

Para a análise do conteúdo dos RAs, adotou-se o sistema de códigos numéricos proposto por Guthrie *et al.* (1999), auferido da pesquisa de Carvalho *et al.* (2006). Utiliza-se uma escala de 0 a 3, conforme descrito no Quadro 2 para apontar a existência da evidenciação e a forma de divulgação do elemento. O critério para utilização do sistema de codificação será a utilização do maior valor numérico correspondente aos tipos de evidenciação.

Quadro 2 – Sistema de Codificação Numérico

Valor numérico	Descrição
0	Item não apareceu no Relatório Anual
1	Item apareceu no Relatório Anual em forma narrativa
2	Item recebeu um valor numérico no Relatório Anual
3	Item recebeu um valor monetário no Relatório Anual

Fonte: Adaptado de CARVALHO *et al.* (2006).

Quanto a verificação dos elementos de CI utilizou-se o modelo de classificação proposto por Sveiby (1998), extraído de Carvalho *et al.* (2006). A matriz será evidenciada em três grandes categorias de análise: Capital Interno, Capital Externo e Capital Humano. Para o capital interno, subdivide-se em: Propriedade Intelectual e Recursos da Infraestrutura. As categorias somam um total de 19 (dezenove) itens a serem verificados através da leitura dos relatórios. No Quadro 3 é apresentado o significado de cada elemento de CI, para demonstrar o entendimento utilizado para analisar as formas de evidenciação voluntária.

Quadro 3 – Elementos do Capital Intelectual e seus significados

Elemento	Significado do Elemento	Fonte
	Capital Interno	
	Propriedade Intelectual	
Patentes	Privilegio concedido pelo Estado aos inventores detentores do direito de invenção de produtos e processos de fabricação, ou aperfeiçoamento de algum já existente	Sebrae (2017)
Direitos Autorais	São direitos que todo criador de uma obra intelectual tem sobre a sua criação. Esse direito é exclusivo do autor, de acordo com o artigo 5º da Constituição Federal.	Sebrae (2014)
	Recursos de Infraestrutura	

Continua...

REAVI

...continuação.

Filosofia Gerencial	Procura identificar os processos multifuncionais de uma empresa e prover valor e eficiência às organizações.	Longo (2013)
Cultura Corporativa	Oferece um sentido às pessoas que atuam na mesma organização de pertencerem, dando-lhes um profundo significado em comum, na forma de uma visão de futuro, de objetivos e de metas desafiadoras.	Johan (2017)
Processos Gerenciais	Incluem as ações que os gerentes devem realizar para dar suporte aos demais processos de negócios. A avaliação de qualidade do atendimento aos pedidos dos clientes é um processo gerencial típico em diversas organizações. E os processos gerenciais são localizados nos gerentes e nas suas relações, incluindo ações de mediação e ajuste do desempenho organizacional.	Garvin (1998)
Sistemas de Informações	Define os sistemas de informações gerenciais como processos utilizados para transformar dados em informação.	Oliveira (2008)
Sistemas de Relacionamentos	Gerencia a relação com os agentes externos, visando a satisfação e fidelização a partir da automatização e organização dos processos.	Autor (2019)
Relações Financeiras	Relação com as instituições financeiras, políticas de riscos financeiros, endividamento, entre outros.	Autor (2019)
Capital Externo		
Marcas	Uma marca registrada é qualquer nome ou símbolo utilizado para identificar uma empresa, um produto, serviço ou comércio	INPI
Clientes	A carteira de cliente, seu relacionamento, a metodologia utilizada para captação.	Autor (2019)
Fidelidade de Clientes	Formato, processos, viabilidade e visibilidade que a empresa utiliza para fidelizar os clientes.	Autor (2019)
Nome da Companhia	Visibilidade do nome da companhia que geram benefícios futuros.	Autor (2019)
Canal de Distribuição	Meios para expandir os negócios e alcançar novos clientes e fornecedores.	Autor (2019)
Contrato Favorável	Criação de novas opções que a empresa utiliza para alavancar os negócios, alcançando novos clientes e fornecedores.	Autor (2019)
Capital Humano		
Educação, Saúde e Segurança	Educação (cursos, graduação, treinamentos), ambiente de trabalho, saúde ocupacional e segurança do trabalho que a companhia fornece aos colaboradores.	Autor (2019)
Conhecimento relacionado ao trabalho	Conhecimento dos colaboradores sobre os procedimentos e tarefas a serem realizado e sobre a filosofia e cultura da empresa.	Autor (2019)
Competências relacionadas ao trabalho	Nível de competência e capacidade dos profissionais que executam o trabalho na organização. Programas de capacitação dos funcionários para cumprir as devidas tarefas.	Autor (2019)
Know-how	É um termo de inglês que significa “saber como” ou “saber fazer”, refere-se ao conjunto de conhecimentos técnicos e práticos (fórmulas, tecnologias, técnicas, procedimentos e etc).	IBC Coaching
Espírito Empreendedor	Empreendedorismo por parte do colaborador ou da empresa. Programas e Treinamentos para aprimoramento, inovação e crescimento de novas lideranças.	Autor (2019)

Fonte: Elaborado pelos autores (2019).

Uma das limitações da pesquisa é a análise do autor, pelo fato do estudo ser feito a partir da interpretação dos Relatórios da Administração. Embora tenha sido identificado o significado de cada elemento, a percepção por meio da leitura é restrita aos autores. Outra limitação do estudo dá-se a amostra não probabilística utilizada, pois foram selecionadas cinco empresas das 141 listadas no ano de 2019 pela B3.

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1 CAPITAL INTERNO

Este primeiro tópico apresenta as evidências encontradas pela amostra sobre o Capital Interno, composto pelas seguintes categorias: Patentes, Direitos Autorais, Filosofia Gerencial, Cultura Corporativa, Processo Gerenciais, Sistemas de Informação, Sistemas de Relacionamentos e Relações Financeiras.

O Capital Interno é a categoria que apresenta maior número de elementos (8) a serem pesquisados, por outro lado, é a única categoria que demonstra elementos com 0% de evidênciação, sendo eles de Propriedade Intelectual: as Patentes e os Direitos Autorais. Já os

elementos de Recursos de Infraestrutura apresentaram evidenciação por parte de todas as companhias listadas. Filosofia Gerencial e Sistemas de Relacionamentos totalizaram o mesmo número de evidenciação (7), sendo 19,44% do Capital Interno. Entende-se que esses dois elementos têm uma definição parecida, todos são relacionados a organização dos processos internos da empresa e como são entregues ao público externo. Os elementos Cultura Corporativa, Sistemas de Informações e Relações financeiras também apresentaram o mesmo número de evidenciação (6) e 16,67%.

Já Processos Gerenciais soma 4 evidenciações totalizando 11,11% do Capital Interno. Pode-se dizer que Processos Gerenciais houve menor evidenciação pelo fato de ser um elemento voltado apenas as ações dos gerentes e não de toda a organização, como os outros itens. A JBS apresentou evidenciação em todos os elementos de Recursos de Infraestrutura, já o Banco do Brasil não apresentou divulgação apenas no item “Processos Gerenciais”. Os elementos Filosofia Gerencial, Sistemas de Relacionamento e Relações Financeiras apresentaram evidenciação por parte de todas as empresas da amostra.

4.2 CAPITAL EXTERNO

No segmento de Capital Externo incluem-se as categorias: Marcas, Clientes, Fidelidade de Clientes, Nome da Companhia, Canal de Distribuição e Contrato Favorável. Neste segmento encontra-se o maior número de evidenciação em forma numérica. Quando se trata de carteira de clientes, alavancar os negócios, expansão e alcance de novos clientes e/ou fornecedores e dependências da empresa, há maior facilidade em quantificar, com isso a categoria de Capital Externo apresentou maior índice de evidenciação com 36%.

O elemento que se destacou foi Canal de Distribuição (8), sendo 21,62% do Capital Externo. Nota-se que as quatro empresas exibem evidenciação deste item em forma numérica. Quando se trata de divulgar canais de distribuição das companhias, há facilidade em relacionar por números. O item Marcas exibiu menor evidenciação. Apenas o Banco do Brasil, JBS e Via Varejo divulgaram dados de suas marcas. Analisa-se que as empresas JBS e Via Varejo são detentoras de diversas marcas e evidenciam esses dados, já o Banco do Brasil apresenta a evidenciação das marcas de forma numérica, por meio dos méritos conquistados pelo valor da sua marca. Não foi encontrada nenhuma evidenciação de forma monetária nessa categoria. As empresas JBS e Banco do Brasil evidenciaram todos os elementos de Capital Externo. Todas as divulgações dos elementos apresentados pelo Banco do Brasil foram de forma numérica. Em contrapartida, a Vale não apresentou nenhuma evidenciação.

4.3 CAPITAL HUMANO

O Capital humano é composto por: Educação, Saúde e Segurança, Conhecimento Relacionado ao Trabalho, Competências Relacionadas ao Trabalho, *Know-How* e Espírito Empreendedor. É a categoria com menor número de elementos analisados, além disso, a maior parte da evidenciação mostra-se de modo narrativo. Assim entende-se que estes sejam os motivos pelos quais obtiveram menor número de evidenciação. Contudo, ao ser comparada com as demais categorias, apresentou mais vezes evidenciações de forma monetária.

O elemento com maior índice de evidenciação foi Educação, Saúde e Segurança (40%). Todas as companhias apresentam grande preocupação em relação aos colaboradores e ao nível intelectual deles. O Banco do Brasil e a JBS, por exemplo, apresentaram os valores gastos com treinamento e capacitação do pessoal. A Vale, por sua vez, destaca a prioridade em relação aos riscos dos seus funcionários. Os elementos Conhecimento Relacionado ao

REAVI

Trabalho, *Know-How* e Espírito Empreendedor mantiveram o mesmo número de evidenciação (5), sendo 16,67% do Capital Humano. Nota-se singularidade no significado dos elementos, todos em relação ao conjunto de conhecimentos dos colaboradores e a força de vontade deles.

O elemento que exibiu menor número de evidenciação foi Competências relacionadas ao trabalho. Entende-se que, pelo fato de ser um item voltado ao nível de competência dos profissionais, diretamente à sua área e às tarefas exercidas, dificulta a divulgação. Analisou-se que as divulgações foram feitas em um âmbito geral da organização e não direcionado as tarefas e aptidões do colaborador em seu setor. A JBS e a WEG apresentaram evidenciação por parte de todos os elementos de Capital Humano. Já o Banco do Brasil não divulgou o item *Know-How*. A Vale por sua vez evidenciou somente Educação, Saúde e Segurança.

4.4 DISCUSSÃO DOS RESULTADOS

Para visualização em uma perspectiva geral, apresenta-se a Matriz de análise de conteúdo dos RAs na Tabela 1.

Tabela 1 - Matriz Desenhada para Análise dos Relatórios da Administração

	Capital Intelectual	1	2	3	4	5	Total	%
1	Capital Interno	9	10	6	8	5	37	35%
1.1	Propriedade Intelectual	0	0	0	0	0	0	0%
1.1.1	Patentes	0	0	0	0	0	0	0%
1.1.2	Direitos Autorais	0	0	0	0	0	0	0%
1.2	Recursos de Infraestrutura	8	9	6	8	5	36	35%
1.2.1	Filosofia Gerencial	1	1	3	1	1	7	19,44%
1.2.2	Cultura Corporativa	1	1	0	3	1	6	16,67%
1.2.3	Processos Gerenciais	0	2	1	1	0	4	11,11%
1.2.4	Sistemas de Informações	2	2	0	1	1	6	16,67%
1.2.5	Sistemas de Relacionamentos	2	2	1	1	1	7	19,44%
1.2.6	Relações Financeiras	2	1	1	1	1	6	16,67%
2	Capital Externo	12	10	0	8	7	37	36%
2.1	Marcas	2	1	0	1	0	4	10,81%
2.2	Clientes	2	2	0	2	1	7	18,92%
2.3	Fidelidade de Clientes	2	2	0	2	0	6	16,22%
2.4	Nome da Companhia	2	1	0	0	2	5	13,51%
2.5	Canal de Distribuição	2	2	0	2	2	8	21,62%
2.6	Contrato Favorável	2	2	0	1	2	7	18,92%
3	Capital Humano	7	11	1	3	8	30	28%
3.1	Educação, Saúde e Segurança	3	3	1	2	3	12	40%
3.2	Conhecimento relacionado ao trabalho	2	2	0	0	1	5	16,67%
3.3	Competências relacionadas ao trabalho	1	1	0	0	1	3	10%
3.4	<i>Know-how</i>	0	3	0	0	2	5	16,67%
3.5	Espírito Empreendedor	1	2	0	1	1	5	16,67%
	Total	27	31	7	19	20	103	

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

REAVI

Todas as companhias da amostra demonstraram algum tipo de evidenciação voluntária do CI, o que demonstra que mesmo sem a obrigatoriedade da divulgação, percebem a importância do CI e utiliza como fator estratégico, gerando vantagem competitiva no mercado. Conforme os resultados extraídos dos Relatórios Anuais, foi realizada a atribuição dos códigos numéricos e conclui-se que a categoria com maior índice de evidenciação foi Capital Externo com 36%. Entende-se que as empresas listadas têm um foco maior e/ou facilidade de evidenciar o CI quando o assunto é Canal de Distribuição, Carteira de clientes e os Contratos Favoráveis. O público alvo de grande parte das empresas da amostra são “clientes finais”, pessoas físicas, como é o caso da Via Varejo e a JBS que são companhias que vendem e distribuem produtos ao mercado varejista. Portanto, há uma preocupação maior em relação ao nível de satisfação desses clientes para o crescimento da empresa.

A segunda categoria com maior evidenciação foi Capital Interno (35%) e por último Capital Humano (28%). Identifica-se que o elemento “Educação, Saúde e Segurança” na categoria Capital Humano obteve a maior evidenciação (40%). Todas as companhias demonstraram se preocupar com o nível intelectual dos funcionários, criando programas de educação profissional, universidades corporativas, treinamentos de equipe, entre outros. Quanto à saúde e segurança do trabalho, as empresas da amostra lidam com grandes índices de riscos ao colaborador, como exemplo a Vale, seu ramo de atividade é a mineração que faz com que a maioria dos funcionários corra riscos em relação à saúde e segurança.

No contexto geral, a empresa que se destacou na evidenciação voluntária do CI foi a JBS, com 31 elementos encontrados, seguida do Banco do Brasil com 27. Destaca-se que a empresa que obteve o menor índice de evidenciação foi a Vale (8), que entrou para a listagem do Novo Mercado e começou a divulgar o relatório da administração a partir de 2017, justificando o baixo número de evidenciação. No decorrer da pesquisa, observou-se que as companhias listadas na amostra, utilizaram-se na maioria das vezes a forma narrativa para realizar a evidenciação voluntária do CI. Ao comparar com os estudos já realizados verifica-se que Carvalho (2006) concluiu a sequência das categorias com maior representatividade: Capital Externo (42%), Capital Humano (30%) e Capital Interno (28%).

Reina *et al.* (2009) destaca que o elemento que apareceu com maior frequência na categoria Capital Humano, foi Educação (56%), igual nesta pesquisa. Maçanbinni (2010) apresentou o item “Treinamento, Desenvolvimento e Capacitação” (59,26%) como o mais evidenciado. Na análise do contexto geral, Reina *et al.* (2009) destacaram os itens “Processos Gerenciais” e “Filosofia Gerencial” como os mais evidenciados, diferente dos resultados deste trabalho, que Educação (40%) e Canal de Distribuição (21,62%) apresentaram maior destaque.

É necessário levar em conta a diferença entre o ano da execução dos trabalhos e o número da amostra. A amostra atual conta com 05 empresas e o ano que foi realizada é 2019, diferentemente das outras pesquisas, que a listagem das empresas é entre 20 e 54 e os anos que os estudos foram realizados entre 2006 e 2010. Deve-se atentar sobre a diferença na interpretação e leitura dos autores.

5 CONCLUSÃO

O estudo tem o objetivo de evidenciar as formas de divulgação voluntária do CI pelas empresas listadas no Novo Mercado através dos relatórios da administração. Foi necessário analisar nas empresas da amostra quais os elementos evidenciados e identificar os itens com maior e menor representatividade.

REAVI

A pesquisa constatou que a forma de evidenciação mais encontrada foi a narrativa, reforçando a ideia de vários autores sobre a dificuldade de quantificação e mensuração do CI. Após o comparativo entre os resultados atuais com os de três estudos anteriores, conclui-se que conforme os anos passaram, as companhias estão tendo maior preocupação em relação a evidenciação do CI. As organizações não estão apenas valorizando o capital monetário, mas buscando valor na aplicação do CI, seja para obter novas estratégias, atrair investidores e acionistas, como em manter boas relações com agentes externos e internos.

O principal componente do CI é constituído sumariamente pelo conhecimento dos colaboradores (capital humano), mesmo não sendo de forma direta. Como por exemplo, as “marcas” do segmento capital externo, que ocorre quando a empresa detém marcas para o seu negócio. Para que a empresa adquira tais marcas é necessário o trabalho gerado pelos indivíduos com competências relacionada aos negócios e que estes construam um espaço para que a empresa possa ter a chance de obtê-las, aumentando seu ativo e proporcionalmente suas ações no mercado.

Uma evidenciação direta ao indivíduo é a categoria “Educação, Saúde e Segurança” no segmento Capital Humano, voltada ao estímulo que a companhia oferece aos seus empregados, para que aumentem seu nível intelectual. A satisfação dos empregados repassa uma imagem positiva da organização para seus investidores, acionistas e sociedade em geral. Atingir o sucesso em relação ao CI se dá a identificação de estratégias que a empresa deverá tomar para reter pessoas ou disseminar o conhecimento. Ao sair da organização, o colaborador leva uma parte do capital humano. É importante manter os empregados na organização, para reter a riqueza humana, a organização pode se utilizar de remunerações e benefícios acima da média, assim como por uma criação de um ambiente saudável e que gere satisfação a pessoa, o reconhecimento e a expectativa de crescimento por meritocracia.

O estudo contribuiu para a teoria, reforçando que pelo alto nível de competitividade das organizações, estas estão criando uma postura em relação ao tratamento dos elementos que agregam valor. Recomenda-se para estudos futuros, ampliar o número da amostra e realizar um comparativo entre as empresas do mesmo segmento. Sugere-se realizar um estudo incluindo novas categorias, como exemplo, sustentabilidade que foi identificado pelo autor um grande índice de evidenciação nos relatórios.

REFERÊNCIAS

ANTUNES, M. T. P.; MARTINS, E. Capital intelectual: verdades e mitos. **Revista Contabilidade & Finanças**, v. 13, n. 29, p. 41-54, 2002.

CARVALHO, F. N. et al. **A evidenciação voluntária do capital intelectual: uma análise de conteúdo nos anos 2000, 2002 e 2004 dos relatórios de administração de companhias brasileiras, com maior receita líquida, segundo à BOVESPA.** 2006.

CARVALHO, F. N.; ENSSLIN, S. R.; IGARASHI, D. C. CORRÊA. Evidenciação voluntária do capital intelectual no contexto brasileiro: cotejamento com os contextos internacional e australiano. **XXX ENANPAD** 2006, 2006.

CRUZ, J. A. W. et al. **CONSTRUÇÃO DE INDICADORES DE MENSURAÇÃO DO CAPITAL INTELECTUAL EM UMA EMPRESA BRASILEIRA DE CONSÓRCIOS.** **Revista Gestão Industrial**, v. 7, n. 1, 2011.

GARVIN, D. The processes of organization and management. **Sloan Management Review**, v. 39, n. 4, Summer 1998.

GUTHRIE, J.; PETTY, R.; FERRIER, F.; WELLS, R. There is no accounting for intellectual capital in Australia: review of annual reporting practices and internal measurement of intangibles within Australian organization. **INTERNATIONAL SYMPOSIUM OF MEASURING AND REPORTING INTELLECTUAL CAPITAL**, 1999.

IBC COACHING. **O que é Know How?**. Disponível em:

<https://www.ibccoaching.com.br/portal/vida-profissional/o-que-e-know-how/>

IUDÍCIBUS, S.; MARTINS, E.; GELBECKE, E. R. **Suplemento do manual de contabilidade das sociedades por ações (aplicável às demais sociedades)**. FIPECAFI, 7. ed. São Paulo: Atlas, 2008.

JOHANN, S. L. **Gestão da cultura corporativa**. Editora Saraiva, 2017.

KAUFMANN, L.; SCHNEIDER, Y. Intangibles: a synthesis of current research. **Journal of Intellectual Capital**, Vol. 5 No. 3, pp. 366-88, 2004.

LIMA, A. C.; CARMONA, C. U. Determinantes da formação do capital intelectual nas empresas produtoras de tecnologia da informação e comunicação. **Revista de Administração Mackenzie (Mackenzie Management Review)**, v. 12, n. 1, 2010.

LEV, B. Measuring the value of Intellectual Capital. **Ivey Business Journal**. New York, march/april, p. 16–20, 2001.

LONGO, R. M. J. **A revolução da qualidade total: histórico e modelo gerencial**. 2013.

MAÇAMBINNI, M. V. et al. **Relação entre o nível de Disclosure do Capital Intelectual e as características das companhias listadas no Índice Bovespa**. 2010.

MOUTISEN, J.; BUKH, P. N.; MARR, B. **A Reporting Perspective Intellectual Capital A Reporting Perspective Intellectual Capital**. In: MARR, B. Perspectives on Intellectual Capital: multidisciplinary insights into management, measurement and multidisciplinary insights into management, measurement and reporting reporting. Boston: Elsevier, 2005.

OLIVEIRA, D. P. R. **Sistemas de Informações Gerenciais: Estratégicas Táticas Operacionais**. 12ª Ed. São Paulo: Editora Atlas, 2008.

PAIVA, S. B. Modelo conceitual para o capital intelectual integrado à gestão do conhecimento. **Informação & Sociedade: Estudos**, v. 22, 2012.

PETTY, R.; GUTHRIE, J. Intellectual capital literature review: measurement, reporting and management. **Journal of intellectual capital**, v. 1, n. 2, p. 155-176, 2000.

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

REAVI

REINA, D.; ENSSLIN, S. R.; BORBA, J. A. Evidenciação voluntária do capital intelectual nos relatórios da administração em empresas do novo mercado no ano de 2006. **Contexto**, v. 9, n. 15, 2009.

REZENDE, Y. Informação para negócios: os novos agentes do conhecimento e a gestão do capital intelectual. **Ciência da Informação**, v. 31, n. 1, 2002.

STEWART, T. A.. **Capital Intelectual: a nova vantagem competitiva das empresas**. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

SVEIBY, K. E. **A Nova Riqueza das Organizações**. Rio de Janeiro: Campus, 1998.