

## RELATO E DIVULGAÇÃO DO CAPITAL INTELECTUAL: ESTADO DA ARTE E PISTAS PARA INVESTIGAÇÕES FUTURAS

Veronika S. Neves<sup>1</sup>

Miguel Lira<sup>2</sup>

**Resumo:** O capital intelectual é um modelo de criação de valor organizacional que tem por base os recursos organizacionais assentes no conhecimento. Dito de outra forma, o CI é a soma de tudo o que é intangível numa organização e que, ao mesmo tempo, confere uma vantagem competitiva e proporciona benefícios futuros. Tendo em consideração a sua importância, este deve ser divulgado a todos os seus *stakeholders*. A forma como se procede a essa divulgação, o que pode e/ou deve ser relatado, a periodicidade e recorrência dessa divulgação, são aspetos em constante debate e que ainda não ficaram definidos de uma forma cabal. Este trabalho tem como objetivo proporcionar uma revisão abrangente e articulada do que já foi realizado ao nível de pesquisas sobre a divulgação e relato do capital intelectual, bem como prover uma agenda para pesquisas futuras. Por forma a concretizar este objetivo, a metodologia utilizada passou pela análise documental de diversos *papers* que abordaram este tema. Estes foram selecionados através da pesquisa de determinadas palavras-chave na SCOPUS. De entre as principais linhas de investigação detetadas, realce para novas tendências do relato do capital intelectual, designadamente quanto ao relatório integrado, a divulgação *online* ou a identificação de fatores que influenciam a sua divulgação. De entre as perspetivas futuras de investigação destaque para o reforço da sustentação teórica dos estudos ou para a medição quantitativa das vantagens de divulgação do CI, em termos de criação de valor.

**Palavras-chave:** *Capital Intelectual, Divulgação, Relato não Financeiro, Estado da Arte.*

---

<sup>1</sup> Mestre, Coimbra Business School | ISCAC, Instituto Politécnico de Coimbra, Portugal, vsokotnyuk@iscac.pt

<sup>2</sup> Doutor, Polytechnic of Coimbra, Coimbra Business School Research Centre | ISCAC, Coimbra – Portugal, mlira@iscac.pt

**Abstract:** Intellectual capital is a model of organizational value creation that is based on knowledge-based organizational resources. In other words, intellectual capital is the sum of everything that is intangible in an organization and that, at the same time, confers a competitive advantage and provides future benefits. Considering its importance, it must be disclosed to all its stakeholders. The way in which this disclosure is carried out, what can and/or should be reported, the frequency and recurrence of this disclosure, are aspects in constant debate and which have not yet been fully defined. This work aims to provide a comprehensive and articulated review of what has already been done in terms of research on the dissemination and reporting of intellectual capital, as well as to provide an agenda for future research. To achieve this objective, the methodology used involved documental analysis of several papers that addressed this topic. These were selected by searching for certain keywords in SCOPUS. Among the main lines of investigation detected, we highlight new trends in the reporting of intellectual capital, namely in terms of the integrated report, online dissemination or the identification of factors that influence its dissemination. Among the future research perspectives, emphasis should be placed on reinforcing the theoretical support of the studies or on quantitatively measuring the benefits of disseminating IC, in terms of value creation.

**Keywords:** *Intellectual Capital, Disclosure, Non-Financial Reporting, State of the Art.*

## **Introdução**

No início do século XX já existia um entendimento de que as exigências dos mercados de capitais diferiam da informação apresentada pelas empresas (BUKH, 2003). “Frequentemente, afirma-se que o nível atual de divulgação obrigatória de informações não é suficiente para transmitir uma imagem verdadeira do valor presente da empresa e das perspectivas futuras, e que as informações complementares sobre, por exemplo, o capital intelectual deve ser divulgado” (BUKH; NIELSEN; GORMSEN; MOURITSEN, 2005, p. 728). A contabilidade tradicional, portanto, subestima o verdadeiro valor das empresas e os futuros ganhos, especialmente para empresas com grandes recursos de capital intelectual (CI), até porque o seu foco incide na preparação e divulgação das suas informações para o exterior (KAMARDIN; BAKAR; ISHAK, 2015).

Entender as exigências dos analistas e investidores só será possível se forem avaliadas as suas percepções sobre a importância da divulgação da informação sobre as empresas. Segundo Alfraih (2017), de acordo com um relatório do Banco Mundial de 2005, o CI constitui a maior parcela da riqueza em praticamente todos os países, correspondendo a 77% em todo o mundo. As empresas começam a ser vistas não apenas como motores geradores de resultados positivos, mas também como um sistema de criação de valor com estratégias diferenciadas. É nesse entendimento que começa a ser desenvolvido o modelo de criação de valor com base em recursos de conhecimento, ou seja, o CI. Para além disso, a divulgação de informações pelas empresas ganhou maior atenção devido à globalização e integração dos mercados de capitais, maior mobilidade de bens monetários e reais, competição mais acirrada, novos setores dominantes e desenvolvimentos em Tecnologias de Informação e Comunicação (TIC) e *Internet* (BUKH; NIELSEN; GORMSEN; MOURITSEN, 2005). Esse pode ser um dos motivos que levou a maior preocupação com o CI, pois as empresas com mais intangíveis são aquelas que se enquadram nos sectores de alta tecnologia neste sector e, conseqüentemente, realizam uma maior divulgação, pois disso depende a criação do valor dos seus negócios.

Dada a sua importância, o estudo desta temática tornou-se inevitável e premente, tendo sido alvo de diversas pesquisas nos últimos anos. Assim, sendo, este trabalho tem como objetivo proporcionar uma revisão abrangente e articulada do que já foi realizado neste campo de investigação, bem como prover uma agenda para pesquisas futuras. Isto resultará numa caracterização do estado da arte das investigações que abordam o relato de capital intelectual, bem como na pavimentação dos caminhos futuros perspetiváveis para as investigações que incidam sobre este tópico, tendo em conta as mudanças que se verificaram ao longo dos anos.

Por forma a dar uma resposta cabal a este objetivo, a metodologia utilizada passou pela análise documental de diversos artigos. Estes foram selecionados através da pesquisa de determinadas palavras-chave na SCOPUS, uma das maiores e mais conceituadas bases de dados de literatura científica revista por pares.

Quanto à estrutura do presente trabalho, além desta introdução, este é composta por cinco seções, a que se seguem as conclusões e as referências bibliográficas. No que concerne às seções que compõem o corpo do texto, a primeira é dedicada à metodologia da investigação, seguindo-se a apresentação do conceito de CI, derivando posteriormente para a indicação de alguns apontamentos bibliométricos e para a explanação do estado da arte, terminando com a apresentação de diversas perspectivas futuras de investigação nesta temática.

## 1 - Metodologia da Investigação

No presente estudo, a abordagem utilizada para a obtenção dos artigos relevantes para a investigação foi a pesquisa de determinadas palavras-chave na SCOPUS. Este processo decorreu durante o mês de dezembro de 2021. As palavras-chave foram escolhidas por serem termos que se referem diretamente à temática aqui em investigação, devendo estar localizadas no título, no resumo ou nas palavras-chave dos *papers* constante dessa base de dados.

Nesse sentido, foram pesquisadas as seguintes palavras-chave: “*intellectual capital report*” e “*intellectual capital disclosure*”. Não foram realizadas quaisquer restrições temporais às pesquisas realizadas ou quanto ao idioma utilizado, embora tenham sido impostas limitações quanto ao tipo de documento, já que apenas foram analisados artigos, capítulos de livros, teses e comunicações apresentadas em eventos científicos, já publicados ou no prelo. Posteriormente, foi realizada uma filtragem dos *papers* obtidos, tendo-se procedido à eliminação dos que não tinham disponível o texto completo.

Após a conclusão do processo acima descrito, obteve-se uma lista final de 19 *papers*. O conteúdo destes trabalhos foi perscrutado e alvo de uma análise crítica. Em seguida, os dados pertinentes foram inseridos numa folha de dados do *Microsoft Excel®*, para uma melhor organização e visualização, com um nível de detalhe adequado aos objetivos específicos desta investigação. Os dados coligidos e analisados foram: o ano de publicação; o nome dos autores; país de pesquisa; ano de publicação; tipo de documento utilizado para divulgação de CI; metodologias

aplicadas; técnicas metodológicas; teorias de suporte à pesquisa; principais conclusões; objetivos do estudo; limitações e pistas para futuras investigações.

Pode-se classificar este estudo, quanto aos seus objetivos, como uma pesquisa descritiva, uma vez que tem a pretensão de caracterizar o estado da arte do relato e divulgação do CI. No que concerne aos procedimentos metodológicos, identifica-se como uma pesquisa documental, já que foi utilizada uma base de dados de produções científicas já publicadas e no prelo, sendo certo que são elas que norteiam este estudo.

## 2 – Capital Intelectual: o conceito

Francioli e Albanese (2017, pg. 191) referem que o “CI é um tópico multifacetado e evasivo. Tanto perspectivas estáticas como dinâmicas foram empregues na sua análise e não existe um acordo preciso sobre sua definição”.

A falta de homogeneidade deste conceito de CI na literatura é evidente e compreensível, pois até o próprio sector onde uma organização atua pode influenciar o entendimento do que para esta será o seu CI. A fluidez deste conceito ao longo dos tempos também é perceptível, ganhando novas proporções à medida que os investigadores incluem *know-how* e competências pessoais, patentes, conhecimento dos trabalhadores qualificados, experiência e integridade, qualidades de gestão, relações com clientes (quem é o cliente e o que valoriza) e outros intangíveis. Porém, há que realçar que mesmo que muitas das vezes o CI seja comparado aos ativos intangíveis, este conceito está longe de ser materializado como tal, pois nem todo o CI pode ser enquadrado nas definições contabilísticas existentes de ativos intangíveis, de que é exemplo o *know-how* dos funcionários (KAMARDIN; BAKAR; ISHAK, 2015). Exatamente para fugir deste ligação entre ativos intangíveis e CI, surgem aceções mais amplas como, por exemplo, aquela que define o CI como tudo o que está relacionado com o desempenho não financeiro de uma organização (DUMAY; TULL, 2007).

Perante este cenário, é compreensível que existam diversas propostas de uma definição de CI como um todo, bem como abordagens muito díspares para identificar os diferentes elementos que o constituem (DUMAY; GARANINA, 2013).

Apenas dois exemplos destas diferentes perspectivas. Por um lado, existem menções à divisão do CI em capital interno (patentes, capital estrutural), externo (relações com *stackolders*) e humano (competências), sendo que o capital externo e interno é visto como capital organizacional (AKPINAR; AKDEMIR, 1999; ATAN; RAHIM, 2012; GUTHRIE; PETTY, 2000; KARAMI; VAFAEI, 2012; O'REGAN; O'DONNELL; KENNEDY; BONTIS; CLEARY, 2001). Por outro lado, existe a classificação do CI em três categorias: capital humano, capital relacional e capital estrutural, tida por Francioli e Albanese (2017) como sendo a mais consensual e mais utilizada na literatura.

Consensual será também a identificação do CI com o *stock* de conhecimento e repositório de informações corporativas que proporcionam benefícios futuros, um modelo de criação de valor que tem por base os recursos organizacionais assentes no conhecimento. Por outras palavras, o CI é a soma de tudo o que numa organização confere uma vantagem competitiva e que pode ser usada para criar valor (DUMAY, 2016), ou seja, e segundo Francioli e Albanese (2017, p. 191), “existe um amplo consenso na literatura sobre os efeitos positivos do CI na vantagem competitiva e na rentabilidade” de uma organização, na medida em que o CI inclui todos os recursos intangíveis e relacionados com o *know-how* que uma organização usa e combina para criar valor. A este respeito, Alfraih (2017, p. 267) defende algo similar, ao referir que o CI tem uma natureza intangível e “engloba o conhecimento, informação, propriedade intelectual e experiência que podem ser usados para criar riqueza”.

Estas competências essenciais, que representam o CI das organizações, devem ser geridas adequadamente por forma a aprimorar o processo de criação de valor e prestígio (DUFF, 2018). Isto porque a presença ou a simples combinação de elementos do CI não proporciona, por si só, vantagens competitivas: tem de existir uma gestão eficaz desses elementos (FRANCIOLI; ALBANESE, 2017).

Quanto à investigação desta temática, e em termos muito sucintos, podemos dividir em três fases a evolução das pesquisas em CI. A primeira fase – iniciada no final dos anos 1980 e que prosseguiu durante a década seguinte – ajudou a desenvolver uma estrutura de capital intelectual. Na segunda etapa, a investigação derivou para o impacto do CI no desempenho financeiro e na criação de valor, em

que o CI é o *driver de valor* que leva a uma maior rentabilidade. A última destas etapas teve início em 2004 e trata do desenvolvimento da teoria do CI na prática e a gestão eficaz do CI por meio da práxis (FRANCIOLI; ALBANESE, 2017).

Tendo em consideração a importância do CI para a criação de valor para uma organização, este tem de ser divulgado a todos os seus *stakeholders*. A forma como se procede a essa divulgação, o que pode e/ou deve ser relatado, a periodicidade e recorrência dessa divulgação, são aspetos em constante debate e que ainda não ficaram definidos de uma forma cabal.

No entanto, a divulgação do CI não pode ser desassociada de alguns acontecimentos e organizações, designadamente o Pacto Global das Nações Unidas para encorajar empresas a adotar políticas de responsabilidade social corporativa e sustentabilidade, a Global Reporting Initiative ou o trabalho do *International Integrated Reporting Council* (IIRC). Estes vieram defender que a visão da comunicação sobre a criação de valor deve ser o próximo passo na evolução dos relatórios das empresas. A este propósito, Terblanche e Villiers (2019, p. 42) referem que “o nível de adesão à estrutura da Global Reporting Initiative foi considerado como estando significativamente associado a divulgações mais elevadas do CI”. Neste âmbito, também não terá sido displicente o papel do modelo MERITUM (*Measuring Intangibles to Understand and Improve Innovation Management*), já que este programa apresentou as diretrizes para fornecimento de uma estrutura comum para a identificação, medição e controlo de intangíveis, bem como sugerir critérios para a divulgação de informações sobre os determinantes intangíveis do valor da empresa.

Torna-se inquestionável, a partir dos parágrafos anteriores, a necessidade – e a atratividade – da investigação da divulgação do CI, sendo esta uma das correntes de pesquisa atuais relacionadas com o CI (BAMEL; PEREIRA; GIUDICE; TEMOURI, 2020).

### **3 – Breves apontamentos bibliométricos**

Antes da análise do conteúdo dos *papers* seleccionados, alguns breves aspetos bibliométricos.

A primeira produção científica detetada sobre relato e divulgação do capital intelectual é de 2003, enquanto a última é de 2020. Os primeiros anos foram parcos em pesquisas desta temática, atendendo ao facto de apenas 5 trabalhos terem sido desenvolvidos no período entre 2003 e 2009. A evolução temporal apresenta uma clara tendência crescente após o ano de 2010, visto que entre este e 2020 somam-se 14 pesquisas científicas.

Não deixa de ser elucidativo da qualidade dos trabalhos analisados o facto da maioria destas investigações ter sido publicado numa revista de referência: *Journal of Intellectual Capital*, com mais de duas décadas de existência. Esta revista está presente no primeiro quartil da área *Business, Management and Accounting*, tendo um evidente impacto na base de conhecimento do CI (BAMEL; PEREIRA; GIUDICE; TEMOURI, 2020).

No que concerne às metodologias e técnicas metodológicas utilizadas, é seguro afirmar que as investigações de cariz empírico são as que prevalecem e que a maioria emprega a pesquisa quantitativa, quanto à abordagem do problema, tendo prevalecido a análise de conteúdo dos relatórios integrados das organizações e a recolha de dados através de questionários e entrevistas. Deve ainda ser sublinhada a utilização de modelos de regressão para a identificação dos fatores determinantes dos fenómenos abordados, quanto à análise da quantidade e a natureza da divulgação do capital intelectual. A técnica menos utilizada é, de longe, a pesquisa bibliométrica de análise meramente qualitativa, apenas utilizada por Bamel, Pereira, Giudice e Temouri (2020).

No que concerne às teorias incluídas nos *papers* analisados, pode-se concluir que a maioria dos trabalhos não recorre a um suporte teórico. Exceção será, por exemplo, o trabalho de Duff (2018) que recorre à teoria institucional para fundamentar a sua investigação, especificamente quanto à forma que as organizações usam a divulgação do CI para transmitir legitimidade, *status* e reputação para aqueles que consomem as comunicações corporativas das empresas.

Todavia, a inexistência desse suporte teórico não impossibilita a menção, em diversos trabalhos, de diferentes teorias que se adequam às investigações sobre relato e divulgação do CI, o que permitirá uma incorporação de um conjunto mais

amplo de perspectivas teóricas no que se refere a futuras investigações sobre esta temática.

Por exemplo, segundo Francioli e Albanese (2017), o relato do CI estará vinculado às teorias dos *stakeholders* e da legitimidade, já que estas levam em consideração as expectativas das partes interessadas, uma vez que as organizações ao divulgar informações sobre o CI conseguem responder a essas expectativas. Na prática isso traduz-se em relatórios muito diferenciados, dependendo do modo de relato e do público-alvo a atingir. Além disso, uma divulgação mais ampla sobre a contribuição dos elementos do CI para o processo de criação de valor fortalece a legitimidade das organizações (ROSSI; NICOLÒ; POLCINI, 2018).

Por seu lado, Xia e Beelde (2018) optam por recomendar a utilização da *expectation theory* em futuros trabalhos de investigação sobre a divulgação do CI, já que permitiria avaliar a ligação entre a expectativa do público e o nível de divulgação do CI.

#### **4 – Estado da arte: uma apreciação geral**

Tendo em consideração a natureza intangível do CI, Alfraih (2017) refere que as demonstrações financeiras e os relatórios de cariz financeiro não serão o instrumento mais adequado para a sua divulgação. O foco meramente financeiro destas ferramentas faz com que nelas apenas seja representado o passado, o que proporciona uma perspectiva muito reduzida da realidade das organizações, excluindo, dessa forma, o seu potencial futuro.

Nesta ótica, o relato não financeiro, onde se inclui o CI, não pode seguir a mesma lógica do relato financeiro já que servem para finalidades completamente distintas (KAMARDIN; BAKAR; ISHAK, 2015).

Não obstante as notórias vantagens da divulgação do CI, a verdade é que esta não é uma matéria regulamentada ou padronizada, o que torna difícil a sua comparabilidade temporal e espacial por parte dos *stakeholders*. Existe pressão sobre governos, reguladores do mercado de capitais e outras instituições para que sejam criadas normas e diretrizes para relatórios de CI, por forma a generalizar tal

prática. Neste sentido, a importância de um qualquer tipo normalização do relato de CI é manifesta e evidente. Isto foi algo com que nos deparamos ao longo do processo de análise crítica do conteúdo dos 19 artigos apurados, designadamente quando o relato integrado era abordado.

Em 2016, Dumay (2016, p.168) afirmou que “os relatórios de CI começaram bem, mas logo a responsabilidade social corporativa e os relatórios de sustentabilidade assumiram o controlo e se tornaram internacionalmente os pilares dos relatórios voluntários”. De facto, há aqui uma clara necessidade de os relatórios de CI expandirem os seus horizontes, isto é, passarem a incluir os impactos éticos, sociais e ambientais das entidades. Resumindo, o “relatório integrado é um movimento para combinar divulgações (...), incluindo as três dimensões do CI” (TERBLANCHE; VILLIERS, 2019, p. 41).

O relatório integrado engloba tanto a informação financeira como a não financeira. Já não importa apenas relatar o que é expresso nos relatórios financeiros obrigatórios, mas é preciso ir mais além quanto ao tipo de informação relatada, sendo esta a mais-valia evidente desse tipo de relatórios. Segundo a pesquisa de Terblanche e Villiers (2019), ficou demonstrado que a divulgação do CI, e a importância dessa divulgação, é mais evidente e manifesta nos preparadores de relatórios integrados, em contraponto ao que é divulgado pelas empresas cotadas.

No entanto, a defesa da normalização – e conseqüente rigidez – da divulgação do CI não é uma opinião unânime dentro da literatura. Alguns autores defendem que cada organização deverá procurar a maneira mais versátil de reportar e divulgar o seu CI. Por exemplo, existem evidências científicas de que “os relatórios anuais apresentam muitas limitações como um meio de divulgação do CI, porque estes não foram projetados para fornecer informações de CI, estando essencialmente voltados para o passado e sujeitos a manipulações que podem torná-los não confiáveis” (ROSSI; NICOLÒ; POLCINI, 2018, p. 815).

Assim, tanto Dumay (2016) como Rossi, Nicolò e Polcini (2018) indicam que o futuro do CI deve passar por outras fontes mais próximas dos *stakeholders*, sendo disponibilizadas informações em períodos muito mais curtos. É aqui que entra a divulgação *online*, que reúne várias vantagens em relação aos meios mais tradicionais. Ficou evidenciado na literatura que a divulgação do CI não se deveria

limitar a uma perspectiva anual e deveria envolver uma ampla gama de opções disponibilizadas *online* (DUFF, 2018), dadas as inúmeras possibilidades derivantes do recurso às TIC, designadamente a *internet*, para a interação destas instituições com os seus *stakeholders* e para maior divulgação desta informação (BUKH; NIELSEN; GORMSEN; MOURITSEN, 2005).

Portanto, não será de estranhar que o estudo da divulgação do CI pelas entidades num mundo mais virtual e preocupado com a sustentabilidade económica, social e ambiental seja uma perspectiva preponderante na literatura. Por outras palavras, o foco de diversos estudos incidiu na divulgação de informação e/ou a relação com os *stakeholders* através da *internet* e novas formas de divulgação.

Outro grande bloco temático alvo de diversas investigações é a relação entre a divulgação do CI e a influência no valor das ações das empresas cotadas em bolsa, no valor de mercado das organizações e nas decisões dos investidores e outros *stakeholders* (Cf. ALFRAIH, 2017; BUKH; NIELSEN; GORMSEN; MOURITSEN, 2005; DUMAY; TULL, 2007; SINGH; ZAHN, 2008).

Temos de salientar, de entre as conclusões destes trabalhos sobre empresas cotadas em bolsa e que divulgam voluntariamente o seu CI, o facto de os *stakeholders* responderem favoravelmente às divulgações de informação sobre o CI, existindo uma relação com o aumento da cotação das ações (DUMAY; TULL, 2007), até porque a divulgação do capital humano tem um grande impacto na transparência da empresa e consequentemente influencia os investidores (ATAN; RAHIM, 2012). Nessa medida, os estudos comprovam que a divulgação de informação sobre o CI pode levar a decisões mais acertadas, quanto à avaliação do justo valor de uma empresa e da sua vantagem competitiva. Além disso, “ajuda a disciplinar a gestão, com consequências económicas positivas” e torna-se numa ferramenta para a identificação de “oportunidades para melhorias potenciais”, ou seja, do potencial futuro de criação de valor (ALFRAIH, 2017, pp. 267-268).

Existiram tentativas de apresentação de algumas medidas, mesmo que indiretas, de medir a eficiência de CI dentro de uma empresa, como a VAIC (*value-added intellectual coeficiente*), que se baseia nas demonstrações financeiras auditadas, apresentada por Kamardin, Bakar e Ishak (2015). Esta fornece informações sobre a eficiência dos ativos tangíveis e intangíveis (capital humano e

capital estrutural) que são úteis para a geração de valor pela empresa. Um valor VAIC mais elevado significa uma melhor gestão na utilização do potencial de criação de valor das empresas e/ou que os gestores são eficientes na gestão dos recursos das empresas. A criação de medidas deste teor, ou seja, a criação de dados de natureza financeira e/ou monetária, fornece uma base para a comparabilidade de relatórios de CI entre empresas, no tempo e no espaço.

Outra medida quantitativa de CI é a diferença entre o valor do balanço de uma empresa e a sua capitalização de mercado. No entanto, esta última medida é ainda algo problemática, já que o valor de mercado flutua, muitas das vezes, por razões que pouco têm a ver com as operações da empresa e do seu valor intrínseco, de que são exemplo as mudanças no sentimento geral do mercado (STRIUKOVA; UNERMAN; GUTHRIE, 2008).

Existe outra tendência no campo de investigação: a análise de determinantes explicativos do relato e divulgação do CI, isto é, fatores que influenciam a divulgação do CI, de que é exemplo Singh e Zahn (2008) ou Atan e Rahim (2012). Esses determinantes são de vários tipos, sendo os mais analisados: tipo de atividade, dimensão, anos de existência da organização, ser ou não cotado em bolsa, estrutura de governo das sociedades, presença de um auditor, rentabilidade, expectativa do público ou desempenho financeiro. Na tabela 1, é apresentado um resumo das principais tendências sobre a definição, medição e determinantes explicativos do CI, retirados dos artigos em análise.

Tabela 1 – Definição, Avaliação e Determinantes do Capital Intelectual

Conceito CI	Determinantes explicativos	Valor de medida	Fonte
Parte da estratégia definida pela empresa para o modelo de criação de valor com base	Dimensão e anos de existência das organizações	<i>IC performance</i> é uma medida para avaliar a eficiência do CI dentro de uma empresa	Bukh (2003)

em recursos de conhecimento	Diferença entre o Capital interno, Retenção de propriedade, valor do balanço capital externo custos de propriedade e de uma empresa Dumay e Tull e capital estrutura de governo de e sua (2007) humano sociedades capitalização de mercado
Um ativo intangível, mas nem todo IC é Expectativa do público, capturado nas internacionalização, definições visibilidade na <i>internet</i> , contabilísticas preparação do relatório existentes de integrado ativos intangíveis	<i>Balanced Scorecard</i> Striukova, Unerman e Guthrie (2008)
Capital do Cliente, Capital Individual e Capital Estrutural	Rentabilidade (desempenho financeiro), tipo do sector e do auditor Diretriz de Karami e <i>Sanchez</i> Vafaei (2012)
A soma de tudo o que numa empresa confere uma vantagem competitiva	<i>VAIC (value- Kamardin, added intellectual Bakar e Ishak, coeficiente) R. (2015)</i> Estar ou não cotado em bolsa

**Fonte:**Elaboração  
própria

Por outro lado, existe uma clara consciência por parte das empresas (mais tecnológicas e cotadas em bolsa) de que a divulgação de CI pode fazer diferença no custo do seu capital. Aliás, a maior motivação das empresas em divulgar o seu CI é mesmo o impacto positivo que tem na diminuição desse custo. Mas, ainda assim, segundo Joshi, Ubha e Sidhu (2011), os itens relatados sobre CI são muito poucos, além de que os próprios relatórios não seguem uma estrutura rigorosa e consistente por falta de diretrizes nesta área. Esse facto pode estar relacionado com a consciência de que o “próximo século será, por necessidade, uma economia global integrada e tecnologicamente em rede” e impulsionado pelo conhecimento, que se baseia em ativos de conhecimento (SINGH; ZAHN, 2008, p. 409).

Continuando a recorrer a Singh e Zahn (2008), estes autores defendem que a economia global fará com que o processamento da matéria-prima seja cada vez mais barato, em contraponto ao valor dos recursos do capital intelectual que irá aumentar. Noutra perspetiva, podemos considerar que assistimos a uma revolução tecnológica e não industrial. Isso terá grande impacto na forma de repensar os relatórios que são tidos em consideração nas tomadas de decisões. Dito de outra forma, estes autores referem que os relatórios anuais deverão acompanhar as exigências de um mercado cada vez mais tecnológico e globalizado.

Essa nova visão sobre a divulgação do CI das empresas acompanha o ritmo e a tendência do mercado “pois há um número crescente de exemplos em que os intangíveis das empresas superam seus ativos tangíveis” (ALFRAIH, 2017, p. 267). Por isso não será de estranhar que a produção científica se tenha concentrado nas economias que têm um crescimento relativo muito significativo como Índia, Singapura, Nova Zelândia, Austrália ou Malásia (ATAN; RAHIM, 2012; DUMAY; TULL, 2007; JOSHI; UBHA; SIDHU, 2011; KAMARDIN; BAKAR; ISHAK, 2015; KARAMI; VAFAEI, 2012; SCHNEIDER; SAMKIN, 2008).

Não pode deixar de ser realçada uma questão identificada na literatura e que pode constituir um grande problema no relato e divulgação do CI: o medo de divulgar

informações sensíveis do ponto de vista competitivo e a incerteza quanto à capacidade das partes interessadas de compreender as informações do CI. Estas são as principais barreiras apontadas que influenciam uma divulgação mais precisa do CI (FRANCIOLI; ALBANESE, 2017).

Mas esta questão não pode ser impeditiva do percurso que começou a ser trilhado a algum tempo. Como sustenta Dumay (2016, p. 180), ao apresentar diversos percursos de qualidade e divulgação do CI, o futuro do CI passa pela divulgação do que

antes era secreto ou desconhecido, para que todos os stakeholders entendam como uma organização leva em consideração os seus impactos éticos, sociais e ambientais. Isso não quer dizer que ganhar dinheiro seja mau - sem lucros, as empresas não podem se sustentar. Mas é possível considerar a gestão de uma empresa (...) que não se concentre apenas na criação de riqueza, em que o foco seja fornecer valor monetário, utilitário, social e ambiental, pois, apesar dos esforços de normalização e criação de organismos, as empresas não podem apoiar a sua atividade na teoria de criação de riqueza, mas sim divulgar a todo o tempo a sua sustentabilidade, ou seja, a sua continuidade.

O sector público também acompanha a tendência das empresas no que concerne ao CI, principalmente quando precisa de obter fundos para financiar projetos, como acontece, por exemplo, com as instituições de ensino superior, tendo estas sido estudadas por Rossi, Nicolò e Polcini (2018) e Karami e Vafaei (2012). Ainda dentro do sector público, o governo local também foi alvo de investigação por parte de Schneider e Samkin (2008).

A questão da transparência e *accountability* não é importante apenas para as organizações privadas, salientando-se aqui empresas cotadas em bolsa, mas também para as instituições públicas, visto que estas são financiadas pelo dinheiro dos contribuintes. Além disso, “as organizações públicas, em particular, são caracterizadas por um ‘alto grau de intangibilidade’ uma vez que seus produtos primários são serviços intangíveis, criando assim uma forte necessidade de divulgação de capital intelectual” (ROSSI; NICOLÒ; POLCINI, 2018, p. 814).

## **5 – Consequências para futuras investigações e pistas para trabalhos futuros**

Seria expectável considerar que as perspetivas futuras de investigação em *relato e divulgação do CI* passassem pelas pistas deixadas pelos autores que já investigaram esta temática. Efetivamente, a maioria desta literatura expõe propostas com o intuito de suprir as limitações de cada pesquisa, o que leva a recomendações às vezes pouco generalizáveis. Mas existem temas para pesquisas futuras bem definidos e que podem ser resumidos num tema principal: as práticas de divulgação para o CI, o papel do CI na inovação, *big data* no CI e a integração de vários arcabouços teóricos na pesquisa do CI (BAMEL; PEREIRA; GIUDICE; TEMOURI, 2020). Esse tema por sua vez pode ser dividido em pesquisas mais pormenorizadas como:

1. Associação entre a divulgação obrigatória de ativos intangíveis e a divulgação voluntária do CI;
2. Até onde é possível regulamentar e padronizar o relato do CI;
3. Como medir quantitativamente as vantagens de divulgação do CI, em termos de criação de valor;
4. Futuras tendências para CI através do relato integrado.

Em 2014 evidenciou-se uma relação de associação entre a divulgação obrigatória de ativos intangíveis e a divulgação voluntária do CI, já que os ativos intangíveis são um subconjunto do CI e são relevantes para a avaliação das organizações. Todavia, estes ativos podem não ser necessariamente CI (SCHIEMANN; RICHTER; GÜNTHER, 2014). No entanto, este é um campo de investigação muito vasto, existindo ainda muito para pesquisar no que concerne à relação entre uma maior divulgação dos ativos intangíveis e do CI, em que circunstâncias esta relação é positiva ou negativa, etc.

Outra das linhas de investigação, tendo em conta o atual contexto do CI, é perceber até onde será possível regulamentar e padronizar a divulgação e relato do CI, de forma que não sejam reveladas informações estratégicas, sigilosas e sensíveis das organizações. Para além disso, é importante investigar sobre como auditar a divulgação do CI.

A principal vantagem do CI é a criação de valor, como visto anteriormente. Daí que Dumay (2016, p. 169) tenha colocado a seguinte questão: “como definir valor, porque o conceito de valor é muito mais do que um valor monetário, que na perspectiva do relato integrado pode ser vista como: valor monetário, utilitário, social e sustentável.” Por isso neste campo de investigação é sugerido pelo autor comparar o conceito sul-africano original de relato integrado (KING III), que se baseia em um modelo corporativo de governo, e a versão IIRC do relato integrado, que se baseia num modelo que argumenta que o relato integrado deve fornecer mais informações aos *stakeholders*, e perceber qual dos dois contribui para a futura tendência do relato integrado.

Ainda nesta ótica, segundo Terblanche e Villiers (2019), podem ser realizados estudos que resultem no desenvolvimento adicional de diretrizes do relato integrado, a fim de melhorar as divulgações do CI. Posto isto, também seria necessário analisar todo o processo de preparação do relato integrado, enquanto forma de divulgação do CI, por forma a realizar estudos comparativos entre a divulgação do CI antes e depois da realização do relato integrado numa organização.

## **Conclusões**

O CI engloba os intangíveis relacionados com o conhecimento, informação, propriedade intelectual e/ou experiência que podem ser usados para criar valor organizacional. É notório, na literatura, o consenso sobre os efeitos positivos que o CI tem em termos de competitividade e rentabilidade de uma organização, quer esta seja privada ou pública.

Nesse contexto, o objetivo deste trabalho é a realização de um levantamento e análise das pesquisas que incidem no relato e divulgação do CI. Além disso, o elencar de pistas para futuras investigações nesta temática também era um objetivo a cumprir.

A atenção dos investigadores quanto à divulgação e relato do CI é relativamente recente, embora com uma clara tendência crescente após 2010, visto que é a partir deste ano que se concentram a maioria das pesquisas científicas analisadas.

De entre as principais linhas de investigação detetadas, realce para novas tendências do relato, designadamente quanto ao relatório integrado, que resultará no aumento das divulgações do CI: o futuro do CI deverá passar pelo relato integrado.

As primeiras investigações incidiam muito no estudo de empresas cotadas em bolsa, concretamente quanto à relação entre a divulgação do CI e a influência no valor das ações dessas empresas e nas decisões dos investidores e outros *stakeholders*, tendo sido encontrada uma ligação positiva para esta conexão. No entanto, o espectro do âmbito dos trabalhos alargou-se, visto que, paulatinamente, começaram a ser estudadas outro tipo de empresas e membros instituições públicas, em que se mantiveram os efeitos positivos do CI na criação de valor organizacional.

Além disso, está patente na literatura as inúmeras possibilidades derivantes do recurso às TIC, designadamente a *internet*, para a interação destas instituições com os seus *stakeholders* e para maior e melhor divulgação deste tipo de informação. Isto revela uma outra tendência do relato do CI: a divulgação *online* das informações sobre o CI das organizações, dadas as suas vantagens em relação aos meios mais tradicionais.

Existe outra propensão no campo de investigação que é a análise de determinantes explicativos da divulgação do CI, isto é, fatores que influenciam a divulgação do CI, sendo os mais analisados: tipo de atividade; dimensão; anos de existência da organização; estar ou não cotado em bolsa; estrutura de governo das sociedades; presença de um auditor; rentabilidade, expectativa do público; ou desempenho financeiro.

A maioria dos trabalhos não recorreu a teorias para fundamentar a sua investigação, muito embora tenham sido mencionadas diferentes teorias que se adequam às investigações sobre relato e divulgação do CI, o que permitirá uma incorporação de um conjunto mais amplo de perspetivas teóricas no que se refere a futuras investigações sobre esta temática. De entre estas, destaque para a teoria dos *stakeholders*, teoria da legitimidade ou *expectation theory*. Além disso, podem ser utilizadas diversas teorias complementares no mesmo estudo, já que possibilita uma maior robustez nas conclusões.

Além do reforço da sustentação teórica das pesquisas, podemos considerar que as perspectivas futuras de investigação em relato e divulgação do CI poderão passar pelo estudo: da associação entre a divulgação obrigatória de ativos intangíveis e a divulgação voluntária do CI; da medição quantitativa das vantagens de divulgação do CI, em termos de criação de valor; como auditar a divulgação do CI; da regulamentação e da padronização do relato do CI, incluindo o relato integrado.

Em termos de limitações, é evidente que a utilização exclusiva da SCOPUS, para a identificação e recolha dos *papers*, delimita em demasia a esfera deste trabalho. Nessa perspectiva, este trabalho deverá ser replicado recorrendo igualmente a outras plataformas que agregam artigos científicos, tal como a *Web of Science*, *JSTOR* ou *ProQuest*.

Dados os lampejos do futuro da investigação nesta área, esperamos que este artigo represente mais um passo no caminho para o desenvolvimento de mais e melhor investigação direcionada para esta temática.

## Referências Bibliográficas

AKPINAR, A. T.; AKDEMIR, A. Intellectual Capital. *In: Third European Conference*, 1999, p. 332-340.

ALFRAIH, M. M. Intellectual Capital Reporting and its Relation to Market and Financial Performance. *International Journal of Ethics and Systems*, v. 34, n. 3, p. 266-281, 2017.

ATAN, R.; RAHIM, A. Corporate Reporting of Intellectual Capital: Evidence from Ace Market of Bursa Malaysia. *In: 2012 IEEE Symposium on Humanities, Science and Engineering Research*, IEEE, 2012, p. 1021-1026.

BAMEL, U.; PEREIRA, V.; GIUDICE, M.; TEMOURI, Y. The Extent and Impact of Intellectual Capital Research: A Two Decade Analysis. *Journal of Intellectual Capital*, v. 23, n. 2, p. 375-400, 2020.

BUKH, P. N. The Relevance of Intellectual Capital Disclosure: A Paradox?. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, v. 16, n. 1, p. 49-56, 2003.

BUKH, P. N.; NIELSEN, C.; GORMSEN; MOURITSEN, J. Disclosure of Information on Intellectual Capital in Danish IPO Prospectuses. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, v. 18, n. 6, p. 713-732, 2005.

DUFF, A. Intellectual Capital Disclosure: Evidence from UK Accounting Firms. **Journal of Intellectual Capital**, v. 19, n. 4, p. 768-786, 2018.

DUMAY, J. A Critical Reflection on the Future of Intellectual Capital: From Reporting to Disclosure. **Journal of Intellectual capital**, v. 17, n. 1, p. 168-184, 2016.

DUMAY, J. C.; GARANINA, T. Intellectual Capital Research: A Critical Examination of the Third Stage. **Journal of Intellectual Capital**, v. 14, 1, p. 10-25, 2013.

DUMAY, J. C.; TULL, J. A. Intellectual Capital Disclosure and Price-Sensitive Australian Stock Exchange Announcements. **Journal of Intellectual Capital**, v. 8, n. 2, p. 236-255, 2007.

FRANCIOLI, F.; ALBANESE, M. The Evaluation of Core Competencies in Networks: The Network Competence Report. **Journal of Intellectual Capital**, v. 18, n. 1, p. 189-216, 2017.

GUTHRIE, J.; PETTY, R. Intellectual Capital: Australian Annual Reporting Practices. **Journal of Intellectual Capital**, v. 1, n. 3, p. 241-251, 2000.

JOSHI, M.; UBHA, D. S.; SIDHU, J. Intellectual Capital Disclosures in India: A Case Study of Information Technology Sector. **Global Business Review**, v. 12, n. 1, p. 37-49, 2011.

KAMARDIN, H.; BAKAR, R. A.; ISHAK, R. Proprietary Costs of Intellectual Capital Reporting: Malaysian Evidence. **Asian Review of Accounting**, v. 23, n. 3, p. 275-292, 2015.

KARAMI, S.; VAFAEI, A. Australian Universities and Intellectual Capital Reporting: Case Study of The Group of Eight. *In: Proceedings of the 9th International Conference on Intellectual Capital, Knowledge Management & Organisational Learning*, 2012, p. 120-127.

O'REGAN, P.; O'DONNELL, D.; KENNEDY, T.; BONTIS, N.; CLEARY, P. Perceptions of Intellectual Capital: Irish Evidence. **Journal of Human Resource Costing & Accounting**, v. 6, n. 2, p. 29-38, 2001.

ROSSI, F. M.; NICOLÒ, G.; POLCINI, P. T. New Trends in Intellectual Capital Reporting: Exploring Online Intellectual Capital Disclosure in Italian Universities. **Journal of Intellectual Capital**, v. 19, n. 4, p. 814-835, 2018.

SCHIEMANN, F.; RICHTER, K.; GÜNTHER, T. The Relationship Between Recognised Intangible Assets and Voluntary Intellectual Capital Disclosure. **Journal of Applied Accounting Research**, v. 16, n. 2, p. 240-264, 2015.

SCHNEIDER, A.; SAMKIN, G. Intellectual Capital Reporting by the New Zealand Local Government Sector. Intellectual Capital Reporting by the New Zealand Local Government Sector. **Journal of Intellectual Capital**, v. 9, n. 3, p. 456-486, 2008.

SINGH, I.; ZAHN, J-L W. M. Determinants of Intellectual Capital Disclosure in Prospectuses of Initial Public Offerings. **Accounting and Business Research**, v. 38, n. 5, p. 409-431, 2008.

STRIUKOVA, L.; UNERMAN, J.; GUTHRIE, J. Corporate Reporting of Intellectual Capital: Evidence from UK Companies. **The British Accounting Review**, v. 40, n. 4, p. 297-313, 2008.

TERBLANCHE, W.; VILLIERS, C. The Influence of Integrated Reporting and Internationalisation on Intellectual Capital Disclosures. **Journal of Intellectual Capital**, v. 20, n. 1, p. 40-59, 2019.

XIA, B. S.; BEELDE, I. D. Corporate Governance and Intellectual Capital Disclosure: Evidence From The Scandinavian Countries. **International Journal of Learning and Intellectual Capital**, v. 15, n. 2, p. 104-118, 2018.