

**FUNDAÇÃO ESCOLA DE COMÉRCIO ÁLVARES PENTEADO  
FECAP**

**CENTRO UNIVERSITÁRIO ÁLVARES PENTEADO**

**MESTRADO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**LUCAS YAN MACHADO CANDIDO**

**RECONHECIMENTO E MENSURAÇÃO DO CAPITAL  
INTELECTUAL NAS EMPRESAS DE NOVAS MÍDIAS DA  
ECONOMIA CRIATIVA**

**São Paulo**

**2019**

**LUCAS YAN MACHADO CANDIDO**

**RECONHECIMENTO E MENSURAÇÃO DO CAPITAL  
INTELECTUAL NAS EMPRESAS DE NOVAS MÍDIAS DA  
ECONOMIA CRIATIVA**

Dissertação apresentada ao Programa de Mestrado em Ciências Contábeis do Centro Universitário Álvares Penteado, como requisito para a obtenção do título de Mestre em Ciências Contábeis.

**Orientador: Profa. Dra. Elionor Farah Jreige Weffort**

**São Paulo**

**2019**

FUNDAÇÃO ESCOLA DE COMÉRCIO ÁLVARES PENTEADO - FECAP

CENTRO UNIVERSITÁRIO ÁLVARES PENTEADO

Prof. Dr. Edison Simoni da Silva  
Reitor

Prof. Dr. Ronaldo Fróes de Carvalho  
Pró-reitor de Graduação

Prof. Dr. Alexandre Garcia  
Pró-reitor de Pós-Graduação

#### FICHA CATALOGRÁFICA

C217r	<p>Candido, Lucas Yan Machado</p> <p>Reconhecimento e mensuração do capital intelectual nas empresas de novas mídias da economia criativa / Lucas Yan Machado Candido. - - São Paulo, 2019. 111 f.</p> <p>Orientadora: Profa. Dra. Elionor Farah Jreige Weffort</p> <p>Dissertação (mestrado) – Fundação de Escola de Comércio Álvares Penteado – FECAP – Centro Universitário Álvares Penteado – Programa de Mestrado em Ciências Contábeis.</p> <p>1. Capital intelectual. 2. Criatividade nos negócios – Empreendedorismo. 3. Bens incorpóreos. 4. Balanço (Contabilidade)</p> <p style="text-align: right;"><b>CDD: 658.4038</b></p>
-------	--

Bibliotecária responsável: Josiene F. Silva, CRB-8/10038.

**LUCAS YAN MACHADO CANDIDO**

**RECONHECIMENTO E MENSURAÇÃO DO CAPITAL INTELECTUAL NAS  
EMPRESAS DE NOVAS MÍDIAS DA ECONOMIA CRIATIVA**

Dissertação apresentada ao Centro Universitário Álvares Penteados, como requisito para a obtenção do título de **Mestre em Ciências Contábeis**.

**COMISSÃO JULGADORA**

---

**Dra. Maria Thereza Pompa Antunes (membro externo)**  
**Universidade Cruzeiro do Sul**

---

**Dr. Claudio Parisi (membro interno)**  
**Fundação Escola de Comércio Álvares Penteados – FECAP**

---

**Dra. Elionor Farah Jreige Weffort (orientadora)**  
**Fundação Escola de Comércio Álvares Penteados – FECAP**  
**Professor Orientador – Presidente da Banca Examinadora**

**São Paulo, 30 de outubro de 2019.**

## **Agradecimentos**

Agradeço, primeiramente, aos meus familiares Sônia Regina Machado Preter, Larissa Natasha Machado Tavares, Needhan George Machado Oliveira e Josefa Cecília de Holanda, pelo suporte material e emocional, além da compreensão quanto ao distanciamento de eventos e momentos importantes com a família para que esse projeto pudesse ser realizado e concluído.

A todos os professores do programa de mestrado da FECAP, em especial a orientadora dessa pesquisa, professora Elionor Weffort, por todo o conhecimento compartilhado, apoio dedicado e compreensão no desenvolvimento desse trabalho; além dos professores Claudio Parisi, Ricardo Goulart Serra e Alexandre Garcia, pela imensurável contribuição na viabilização tanto da parte metodológica quanto da verificação empírica necessária a pesquisa.

A professora Maria Thereza Pompa Antunes, por aceitar fazer parte dessa pesquisa e acompanhá-la de forma a contribuir com seus conhecimentos, percepção e aconselhamentos em momentos de avaliação para que a presente pesquisa fosse capaz de atingir o seu melhor estado possível.

Agradeço também, pela grande colaboração na viabilização da pesquisa a professora Ana Paula Paulino da Costa e as integrantes do FECAP Corporate, Rita Alencar e Roberta Camargo, pela facilitação no alcance aos profissionais envolvidos no ambiente empíricos explorado pela pesquisa.

Agradeço, por fim, a equipe da Faculdade Itanhaém e seus mantenedores pela compreensão da ausência do ambiente de trabalho necessária para atender as necessidades do programa de mestrado da FECAP, tornando-os pessoas de grande importância para a concretização da forma mais pacífica possível da pesquisa e do programa de mestrado como um todo.

## Resumo

Candido, Lucas Yan Machado. (2019). *Reconhecimento e mensuração do capital intelectual nas empresas de novas mídias da economia criativa* (Dissertação de Mestrado). Centro Universitário Álvares Penteado, Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado - FECAP, São Paulo, SP, Brasil.

O presente trabalho identificou as práticas de reconhecimento e mensuração do capital intelectual (CI) das empresas de novas mídias da economia criativa listadas no Brasil, Reino Unido e Estados Unidos. Por meio de uma pesquisa do tipo descritiva, o estudo utilizou de estratégia documental para analisar relatórios contábeis anuais – como formulário cadastral, de referência, conjunto de demonstrações financeiras, relato integrado e *annual report* – de empresas listadas na B3, na LSE e na NASDAQ; e de estratégia por entrevistas semiestruturadas com profissionais envolvidos com empresas de novas mídias da economia criativa situadas no Brasil, além de publicações realizadas por essas empresas em seus canais oficiais, com posterior tratamento dos resultados através da análise de conteúdo categorial. Dentre os resultados, o capital estrutural foi o grupo do CI com mais componentes mensurados e divulgados pelas empresas, destacando-se no agrupamento o componente ‘projetos de pesquisa’ nas empresas listadas na LSE e NASDAQ e ‘marcas registradas’ nas empresas listadas na B3; já o grupo de capital humano mostrou-se o grupo com menor mensuração divulgada, mesmo com a indicação nos resultados de softwares direcionados ao auxílio de sua mensuração. O estudo confirma que as empresas direcionam seus esforços ao gerenciamento do CI sem antes assumir um estado consolidado de sua mensuração e que dentre os fatores relacionados ao reconhecimento e mensuração do CI, vantagem competitiva (previsto em literatura) e atração de novos talentos (não previsto em literatura) destacaram-se como estimulantes e a propriedade e/ou controle sobre o CI como inibidor. Como contribuição para pesquisas futuras, o estudo proporcionou um instrumento de tratamento de dados adaptado à mensuração do capital intelectual com enfoque corporativo. Empresas, reguladores e demais envolvidos com as demonstrações financeiras poderão utilizar os achados desta pesquisa para melhor compreensão e desenvolvimento da mensuração do capital intelectual.

**Palavras-chave:** Capital Intelectual; Economia Criativa; Teoria da Mensuração; Reconhecimento contábil; Ativos intangíveis.

## Abstract

Candido, Lucas Yan Machado. (2019). *Reconhecimento e mensuração do capital intelectual nas empresas de novas mídias da economia criativa* (Dissertação de Mestrado). Centro Universitário Álvares Penteado, Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado - FECAP, São Paulo, SP, Brasil.

This research identified the practices of recognition and measurement of intellectual capital (IC) of creative economy new media companies listed in Brazil, the United Kingdom and the United States. Through a descriptive research, the study used a documentary strategy to analyze annual accounting reports - such as registration form, reference form, set of financial statements, integrated report and annual report - of companies listed on B3, LSE and NASDAQ; and also the strategy for semi-structured interviews with professionals involved with creative economy new media companies located in Brazil, as well as publications made by these companies in their official channels, with subsequent treatment of the results through categorical content analysis. Among the results, structural capital was the IC group with the most components measured and disclosed by the companies, highlighting in the grouping the 'research projects' component in the LSE and NASDAQ listed companies and 'trademarks' in the B3 listed companies; the human capital group, on the other hand, was the group with the lowest measurement disclosed, even with the indication in the results of software directed to the aid of its measurement. The study confirms that companies focus their efforts on IC management without first assuming a consolidated state of their measurement and also the among the factors related to IC recognition and measurement, 'competitive advantage' (predicted in the literature) and 'attraction of new talent' (not predicted in the literature) stood out as stimulants and 'property and/or control over IC' as inhibitor. As a contribution to future research, the study provided a data processing instrument adapted to measure intellectual capital with a corporate focus. Companies, regulators and others involved with the financial statements may use the findings of this research to better understand and develop the measurement of intellectual capital.

**Keywords:** Intellectual Capital; Creative Economy; Measurement Theory; Accounting Recognition; Intangible Assets.

## Lista de Figuras

<b>Figura 1 - Participação do PIB criativo no PIB total brasileiro – 2004 a 2017.....</b>	<b>13</b>
<b>Figura 2 - Métricas do ESG Reporting Guide 2.0 .....</b>	<b>23</b>
<b>Figura 3 - Cálculo do valor econômico de capital humano da SSE .....</b>	<b>24</b>
<b>Figura 4 - Resumo das definições dos componentes do Capital Intelectual.....</b>	<b>25</b>
<b>Figura 5 - Subgrupos do capital intelectual .....</b>	<b>26</b>
<b>Figura 6 - Áreas do núcleo da indústria criativa no Brasil.....</b>	<b>29</b>
<b>Figura 7 - Classificação da UNCTAD para as indústrias criativas .....</b>	<b>30</b>
<b>Figura 8 - Um sistema de mensuração básico .....</b>	<b>37</b>
<b>Figura 9 – Estrutura típica de CI conforme literatura .....</b>	<b>42</b>
<b>Figura 10 – Desenho da pesquisa .....</b>	<b>45</b>
<b>Figura 11 – Triangulação dos resultados .....</b>	<b>60</b>
<b>Figura 12 – Frequência relativa dos pressupostos da teoria da mensuração.....</b>	<b>66</b>
<b>Figura 13 – Resumo da triangulação dos resultados.....</b>	<b>78</b>



## Lista de Tabelas

<b>Tabela 1 - Valores das exportações de bens criativos do mundo, anuais, 2011-2015.....</b>	<b>16</b>
<b>Tabela 2 - Participação percentual das exportações de bens criativos em comparação ao mundo em 2015 .....</b>	<b>31</b>
<b>Tabela 3 – Conformidade entre modelos de mensuração de CI e teoria da mensuração</b>	<b>43</b>
<b>Tabela 4 - Empresas componentes da amostra documental do estudo .....</b>	<b>48</b>
<b>Tabela 5 – Empresas componentes da amostra de entrevistas do estudo .....</b>	<b>49</b>
<b>Tabela 6 – Framework de Capital Intelectual .....</b>	<b>51</b>
<b>Tabela 7 – Volume de publicações analisadas .....</b>	<b>53</b>
<b>Tabela 8 – Pressupostos da teoria da mensuração a serem validados na divulgação voluntária do capital intelectual.....</b>	<b>54</b>
<b>Tabela 9 – Recorte do quadro de análise categorial de conteúdo da fase documental ....</b>	<b>57</b>
<b>Tabela 10 – Quadro prévio de análise de conteúdo categorial da fase de entrevistas.....</b>	<b>58</b>
<b>Tabela 11 – Frequência da forma de apresentação de componentes do CI.....</b>	<b>62</b>
<b>Tabela 12 – Frequência de apresentação de componentes do capital intelectual (sintético) .....</b>	<b>63</b>
<b>Tabela 13 – Frequência de apresentação de componentes do capital intelectual (analítico).....</b>	<b>64</b>
<b>Tabela 14 – Escore de divulgação do CI.....</b>	<b>66</b>
<b>Tabela 15 – Fatores gerais das empresas analisadas.....</b>	<b>67</b>
<b>Tabela 16 – Resumo comparativo dentre as empresas analisadas por bolsa de valores .</b>	<b>68</b>
<b>Tabela 17 – Caracterização dos entrevistados e sua relação com o CI .....</b>	<b>69</b>
<b>Tabela 18 – Práticas de mensuração baseadas nas entrevistas e publicações.....</b>	<b>70</b>
<b>Tabela 19 – Frequências de respostas obtidas por entrevistas e publicações .....</b>	<b>72</b>

## **Lista de Abreviaturas e Siglas**

A4S – *Accounting for Sustainability*

B3 – Brasil, Bolsa e Balcão

CI – Capital Intelectual

CPC – Comitê de Pronunciamentos Contábeis

DCMS - *Department for Digital, Culture, Media & Sport*

ESG – *Environmental, social, and governance (ESG)*

FIRJAN – Federação das indústrias do estado do Rio de Janeiro

GVA – *Gross Value Added*

IAS – *International Accounting Standard*

IASB - *International Accounting Standards Board*

IASC - *International Accounting Standards Committee*

IC – *Intellectual Capital*

LSE – *London Stock Exchange*

NASDAQ - *National Association of Securities Dealers Automated Quotations*

OECD - *Organisation for Economic Co-operation and Development*

PIB – Produto Interno Bruto

SEC - *Securities and Exchange Commission*

SRE – Sistema Relacional Empírico

SRN – Sistema Relacional Numérico

UNCTAD - *Statistical Database do United Nations Conference on Trade and Development*

## Sumário

<b>1 Introdução .....</b>	<b>10</b>
1.1 Objetivo e delimitação de pesquisa .....	14
1.2 Justificativa da pesquisa .....	16
1.3 Contribuições da pesquisa .....	17
1.4 Organização da pesquisa .....	17
<b>2 Referencial Teórico.....</b>	<b>19</b>
2.1 Capital intelectual e economia criativa.....	19
2.1.1 <i>Contexto histórico e conceito de capital intelectual</i> .....	20
2.1.2 <i>Economia criativa</i> .....	27
2.1.3 <i>Pesquisas anteriores sobre mensuração e divulgação do capital intelectual</i> .....	31
2.2 Teoria da mensuração e o capital intelectual.....	34
2.2.1 <i>A evolução contábil em relação aos ativos intangíveis</i> .....	34
2.2.2 <i>Teoria da mensuração e a contabilidade</i> .....	36
2.2.3 <i>Reconhecimento e mensuração do capital intelectual</i> .....	41
<b>3 Procedimentos Metodológicos .....</b>	<b>44</b>
3.1 Delimitação da amostra .....	47
3.2 Coleta dos dados .....	50
3.3 Análise dos dados .....	53
3.3.1 <i>Análise dos dados obtidos por documentos</i> .....	54
3.3.2 <i>Análise dos dados obtidos por entrevistas e publicações</i> .....	57
3.3.3 <i>Triangulação dos resultados</i> .....	60
<b>4 Análise E Síntese Dos Resultados.....</b>	<b>62</b>
4.1 Relatórios anuais .....	62
4.2 Entrevistas e publicações das empresas.....	69
4.3 Triangulação dos resultados da pesquisa.....	75
<b>5 Considerações Finais .....</b>	<b>79</b>
<b>Referências .....</b>	<b>82</b>
APÊNDICE A – Revisão Dos Periódicos Brasileiros .....	88
APÊNDICE B – Carta De Apresentação Para Entrevista .....	107
APÊNDICE C – Roteiro De Entrevista .....	108

## 1 Introdução

A era do conhecimento mudou a percepção das empresas quanto aos aspectos de vantagem competitiva, uma dessas mudanças trazidas foi a relevância gradativa assumida pelos ativos intangíveis como uma das fontes dessa vantagem, no que diz respeito a sua mensuração, seu gerenciamento e sua divulgação (Silveira, Schnorrenberger, Gasparetto, & Lunkes, 2017).

A importância dos ativos intangíveis para as empresas já foi explorada por algumas pesquisas, como a de Perez e Famá (2006), realizada sobre 699 empresas não financeiras listadas na bolsa de Nova Iorque e na *National Association of Securities Dealers Automated Quotations* (NASDAQ), confirmando que as empresas com maior parcela de intangíveis divulgados geraram mais valor para seus acionistas e, por isso, tais ativos são relevantes no desempenho econômico da empresa. Voltado ao âmbito brasileiro, há a pesquisa de Silva, Souza e Klann (2017), realizada em 164 empresas listadas na BM&FBOVESPA no período de 2010 a 2013, que também corroboram com o entendimento de importância desses ativos ao identificarem os efeitos positivos da sua divulgação no preço das ações.

O reconhecimento da importância de ativos intangíveis não restringe-se apenas a uma iniciativa das empresas e da academia, ganhando espaço também na relevância atribuída pelos *stakeholders* em como as empresas tratam o gerenciamento, mensuração e divulgação desses recursos, como denotado pela ação da bolsa de valores NASDAQ ao divulgar em 2017 - com posterior atualização em 2019 - um documento intitulado de *Environmental, Social and Corporate Governance (ESG) Reporting Guide*, que tem por finalidade guiar as empresas listadas nessa bolsa quanto a mensuração e divulgação de fatores sustentáveis, sociais e de governança corporativa (NASDAQ, 2019).

Nessa mesma linha, o *A4S CFO Network*, publicou também em 2017 o *A4S Essential Guide to Social and Human Capital Accounting*, um guia que objetivou atribuir números a eventos de capitais social e humano das empresas, por meio de divulgação de diretrizes e métricas já utilizadas pelos integrantes do conselho em suas empresas de atuação, como por exemplo a Siemens e a Unilever (A4S, 2017).

A contabilidade, como principal sistema de comunicação dos eventos econômicos de uma entidade (Ijiri, 1967), progride ao reconhecer tal importância e incluir em seu conjunto de normas alguns aspectos da mensuração e reconhecimento de ativos intangíveis, com a divulgação, em 1998, da primeira versão do *International Accounting Standard* (IAS) 38, com sua última revisão em 2014. O referido pronunciamento emitido pelo, até então, *International Accounting Standards Committee* (IASC) - comitê que seria substituído pelo *International*

*Accounting Standards Board* (IASB) em 2000 - trata o ativo intangível pela definição de “um ativo monetário identificável sem substância física” (IAS 38), e essa definição torna-se um importante marco em relação a consolidação da definição e relevância desses ativos (Crisóstomo, 2009).

Dentro da ideia de ativo intangível, há componentes que são discutidos na literatura paralelamente aos pronunciamentos contábeis, como o uso efetivo do conhecimento pelas empresas em oposição ao apenas da informação, e nesse cenário surge o capital intelectual (CI) como não somente mais um ativo intangível estático por si, mas como um processo ideológico, um meio para um fim (Edvinsson & Malone, 1998; Bontis, 1998). Quando se considera os ativos intangíveis como aqueles que “consistem na possibilidade das pesquisas, da tecnologia e da inovação em gerar benefícios econômicos futuros” (Mantovani & Santos, 2014, p. 315), torna-se inerente, a primeiro momento, o tratamento do capital intelectual como parte dessa categoria, pelo fato de capital intelectual ser todo o conhecimento da empresa que pode ser convertido em valor para ela (Dumay, 2011; Carlos Filho, Lagiola, Monteiro, Silva Filho, Araújo & Araújo, 2014; Cricelli, Greco, & Grimaldi, 2014).

O Capital Intelectual ganha espaço no ambiente corporativo e em seus relatórios quando alguns estudos revelam sua divulgação em relatórios anuais de algumas companhias, como os estudos de Bozzolan, Favotto e Ricceri (2003) que analisou a divulgação voluntária do CI por empresas italianas, de Brennan (2001) por empresas irlandesas e Guthrie e Petty (2000) por empresas australianas.

Entretanto, uma das complexidades desses recursos intelectuais que vale ressaltar é quanto a sua mensuração, complexidade essa que não assume um estado trivial, como apontado por Mouritsen (2004), quando o autor constata que, apesar do alto volume de pesquisas publicadas sob o tema de capital intelectual, ironicamente ainda há mais e mais necessidade dessas pesquisas, o que o fez reforçar a existência de um problema de mensuração dos componentes desse grupo. Esse alto volume mencionado por Mouritsen (2004) é confirmado por Andriessen (2004), ao identificar 30 diferentes técnicas de mensuração ou valoração de um ou mais componentes do capital intelectual.

Os entraves entre o CI e as demonstrações contábeis podem ser considerados a maior barreira a ser superada pela temática, pois a mensuração é a essência da contabilidade, sendo impossível sua adequada interpretação quando não há compreensão do que é mensurado e como é mensurado (Ijiri, 1967), ou seja, a contabilidade não conseguirá reconhecer o capital intelectual sem que esse assuma um estado consolidado e formal de sua mensuração. Dado que a linguagem da contabilidade provém de características gerais da mensuração, sendo essa

mensuração uma “linguagem especial que representa o fenômeno do mundo real pelos significados dos números e suas relações, que são predeterminados em um sistema numérico” (Ijiri, 1967, p. 19), uma abordagem alternativa ao reconhecimento de ativos intangíveis surge como contribuição, que é a aplicação de definições oriundas da teoria da mensuração extensiva, interpretada como um processo de mensuração e análise que consiste na atribuição de um conjunto de números à diferentes fenômenos por meio de um mapeamento formal (Martins, Araújo & Niyama, 2011; Romero, Gal, Mock & Vasarhelyi, 2012).

A ideia fundamental da teoria da mensuração é que uma mensuração – situada em sistema relacional numérico - não é o mesmo que o objeto mensurado – situado em um ambiente relacional empírico -, mas sim uma representação dele, ou seja, para tirar conclusões sobre o objeto, é necessário levar em conta a natureza da correspondência entre o atributo e a mensuração (Pike & Roos, 2007; Romero, Gal, Mock & Vasarhelyi, 2012). Alguns autores explicam a falta de consenso quanto aos aspectos de mensuração do CI, como Andriessen (2004), ao dizer que muitos métodos de mensuração ou valoração do CI podem ser caracterizados como uma solução em busca de uma causa, ou seja, sem demérito, os métodos enfocam mais em como solucionar um problema do que identificar, de fato, uma problemática. Em outra abordagem, Pike e Roos (2004) avaliaram 8 métodos de mensuração do CI e concluíram que nenhuma desses métodos tinha compatibilidade plena com os pressupostos da teoria da mensuração (Romero, Gal, Mock & Vasarhelyi, 2012; Martins, Araújo & Niyama, 2011).

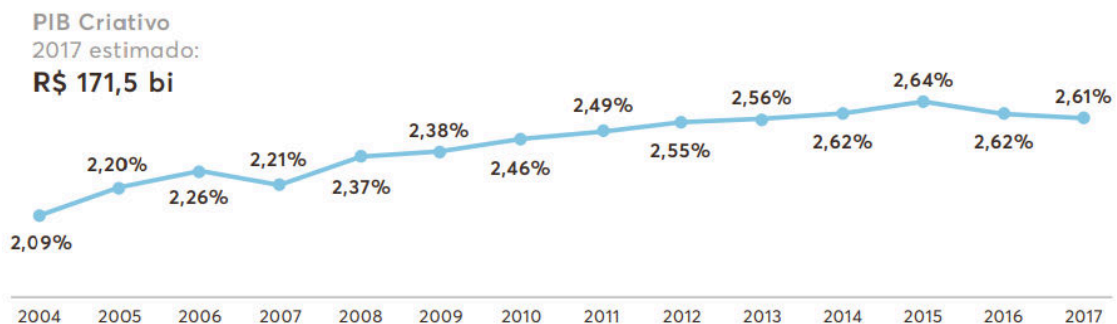
Apesar da evidente importância do capital intelectual, tanto para o ambiente interno (Liao, Mo & Grant, 2011; Hunter, Evans, & Price, 2011; Dumay, 2011), quanto para o ambiente externo da empresa (Perez & Famá, 2006; Gamerschlah & Moeller, 2011; Silva, Souza, & Klann, 2017; Widarjo, Rahmawati, Bandi, & Widagdo, 2017), poucas normas e estudos até o presente momento trataram especificamente da sua mensuração nas demonstrações financeiras. Destaca-se, dentre as empresas que poderiam ser especialmente favorecidas por normativos e estudos neste tópico, o setor denominado ‘economia criativa’.

Pioneiramente difundido no Reino Unido em 1998, o termo surge como indústria criativa, por meio da divulgação do *Creative Industries Mapping Document* pelo Departamento de Digital, Cultura, Meios de comunicação e Esporte (DCMS), em meio a intenção do governo britânico de aferir a importância desse setor (Madeira, 2014). O referido departamento, em sua divulgação, tratou como indústrias criativas as empresas da área de Propaganda, Antiguidades, Arquitetura, Manufatura, *Design*, Moda, Cinematografia, Entretenimento Digital, Música, Artes Performáticas, Publicidade, *Software*, Televisão e Rádio (DCMS, 1998; Madeira, 2014).

Madeira (2014) afirma que o termo economia criativa é somente inaugurado e difundido por John Howkins a partir de sua obra *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*, em 2001, onde o autor define economia criativa como uma economia em que seus integrantes passam a maior parte do seu tempo tendo ideias que geram produtos comercializáveis (Madeira, 2014). A partir disso, com uma definição mais voltada ao ambiente corporativo, Sung (2015) descreve economia criativa como o setor de empresas que pautam suas atividades no desenvolvimento da criatividade, bem como a convergência do conhecimento e tecnologia direcionada a criação de novos mercados e empregos.

Economia criativa e indústria criativa são termos que se confundem a tal ponto de serem tratados como sinônimos, entretanto, as indústrias criativas compõe o setor da economia criativa, que esta, por sua vez, pode abranger tanto as indústrias criativas como outras que auxiliam a promoção da criatividade (UNCTAD, 2010; Madeira, 2015).

Em 2017, o DCMS (<https://www.gov.uk/>, recuperado em 03 de dezembro, 2017) divulgou as taxas de crescimentos dos setores que ele monitora, dentre eles, o setor digital, telecomunicações, turismo e as indústrias criativas. O DCMS (2017) indica que as indústrias criativas mostram a maior taxa de crescimento dentre todos os outros setores acompanhados pelo DCMS, com taxa de crescimento de 44,8% de 2010 à 2016.



**Figura 1.** Participação do PIB Criativo no PIB total Brasileiro – 2004 a 2017

Fonte: De “Mapeamento da indústria criativa no Brasil” de Federação das indústrias do estado do Rio de Janeiro, 2019, p 10.

No Brasil, de acordo com a Federação das indústrias do estado do Rio de Janeiro (FIRJAN) (2016, p. 4), “as economias mundiais mais fortes já perceberam a enorme relevância da criatividade como diferencial competitivo”, ou seja, as empresas categorizadas na economia criativa vêm ocupando mais espaço no mercado como um todo. Referindo-se como PIB criativo, a FIRJAN (2019) apresenta na Figura 1 a gradativa participação das empresas da economia criativa no produto interno bruto (PIB) total brasileiro, onde se pode constatar que as

empresas categorizadas na economia criativa assumem participação evolutiva de 2,09% a 2,61% no PIB total brasileiro.

O setor da economia criativa se mostra como o mais necessitado da evidenciação do capital intelectual, dadas suas definições apresentarem palavras-chave ligadas ao conhecimento promovido pela organização, como apontam Bianchi e Figueiredo (2016, p. 175), ao dizer que “o que rege a aglomeração de empresas no setor de economia criativa é a combinação de criatividade individual, capital intelectual e agregação de valor em produtos e serviços personalizados”. Com isso, é possível perceber a evidente necessidade das empresas atuantes na economia criativa em relação a mensuração e evidenciação de seu capital intelectual.

No intuito de contribuir com a compreensão de como as empresas e seus profissionais se comportam perante esse cenário, o presente trabalho remete-se a seguinte questão de pesquisa: **Quais as práticas de reconhecimento e mensuração do capital intelectual adotadas pelas empresas integrantes da área de novas mídias da economia criativa, sob a ótica da teoria da mensuração?** Em outras palavras, o presente trabalho atenta-se não somente ao capital intelectual que já é divulgado pelas empresas – em especial, as da economia criativa -, mas também, em como os essas empresas praticam a mensuração que antecede tal divulgação.

Adotando uma visão mais analítica da questão de pesquisa, a fim de direcionar as seções que seguirão, entendeu-se nessa como Capital Intelectual o “grupo de ativos do conhecimento que são de propriedade e/ou controle de uma organização e o mais significativo mecanismo direcionador de criação de valor para os grupos de interesse de uma determinada companhia” (Alipour, 2012, p. 54). Esse capital intelectual foi analisado nas empresas da economia criativa, sendo aquelas “empresas promovem a criatividade, a convergência do conhecimento, e tecnologia científica avançada baseada em aprendizagem coordenada para criar novos mercados e novos empregos” (Sung, 2015, p. 89). Esse corte nas definições adotadas pelo presente estudo se fez necessário nesses dois termos dado o amplo debate vigente quanto a eles, sendo mais bem explorado nas seções posteriores.

## **1.1 Objetivo e delimitação de pesquisa**

A maioria dos diversos métodos divulgados de mensuração do capital intelectual se mostrou, de acordo com Andriessen (2004), uma solução em busca de uma causa. Essa afirmação, em intersecção com a afirmação de que as mesmas abordagens, na visão de Pike e Roos (2014), carecem de consonância com os aspectos normativos da teoria da mensuração



sugere que o ambiente empírico não absorve tais métodos e, mesmo se absorvesse, sua comparação seria comprometida pela falta desses aspectos.

A partir disso, formulou-se o seguinte objetivo geral de pesquisa: Identificar as práticas de reconhecimento e mensuração do capital intelectual das empresas de novas mídias da economia criativa listadas no Brasil, Reino Unido e Estados Unidos.

É tratado no objetivo e no estudo como um todo a prática em termos de todo o decorrer do processo de reconhecimento e mensuração dos componentes classificáveis como do capital intelectual, não somente dos critérios utilizados, mas os profissionais envolvidos e quais os fatores que estimulam ou inibem tal ação. Para tanto, o atendimento do objetivo geral se deu por atendido quando atingidos os seguintes objetivos específicos:

- 1) Indicar aspectos das práticas de mensuração e divulgação do capital intelectual evidenciadas nos documentos e relatórios publicados pelas empresas de economia criativa da área de novas mídias listadas nas bolsas de valores do Brasil (B3), do Reino Unido (LSE) e dos Estados Unidos (NASDAQ) em paralelo com os pressupostos da teoria da mensuração;
- 2) Identificar dificuldades, procedimentos, artefatos e critérios utilizados pelas empresas de novas mídias da economia criativa no reconhecimento e mensuração do capital intelectual por meio de profissionais que atuam na geração, preparação e auditoria dessas informações;
- 3) Relacionar fatores da empresa que possam influenciar a prática do reconhecimento e mensuração do capital intelectual das empresas de novas mídias da economia criativa situadas no Brasil.

Quando a nomenclatura Novas Mídias é utilizada, refere-se a classificação utilizada pela UNCTAD (2010), onde tal setorização compõe ainda criações funcionais, que por sua vez, compõe economia criativa. Novas Mídias correspondem ao agrupamento de empresas que lidam com a produção de softwares, videogames e outros conteúdos digitais criativos, sendo que nas bolsas de valores apreciadas pelo estudo, estariam em maior parte abrangidas pelo setor de tecnologia

## 1.2 Justificativa da pesquisa

Veltri e Bronzetti (2015) indicam que os pesquisadores de CI e decisores políticos tentam promover sua evidência com modelos e *frameworks*, porém não se atentam aos motivos de desinteresse dos gestores empresariais e outros grupos de interesse em relação ao tema, logo, a proposta do presente trabalho concentra-se em percorrer o caminho contrário ao criticado por Veltri e Bronzetti (2015), trazendo evidências de mensuração do ambiente corporativo, no intuito de captar a prática dos profissionais que relatam esse capital intelectual das empresas. Por mais que pesquisas, como as de Guthrie e Petty (2000), Brennan (2001) e Bozzolan, Favotto e Ricceri (2003), já analisaram se e como são divulgadas as informações de capital intelectual pelas empresas, o presente estudo vai mais além ao buscar compreender como são mensuradas tais informações e, se mensuradas, quão próximos de aspectos formais teóricos elas se encontram.

Nesse sentido, o setor da economia criativa mostra-se um campo de estudo importante quanto aos aspectos de reconhecimento e mensuração do capital intelectual, dada a imprescindibilidade do fator criativo em sua sobrevivência no mercado – aspecto a ser discutido melhor em capítulos posteriores -, que permite pressupor o setor como um dos mais prejudicado pela ausência do capital intelectual nos relatórios contábeis.

Não somente pela evidente intersecção da economia criativa com o capital intelectual, o presente trabalho trata especificamente de conglomerado empresarial por também ser relevante por si só, considerando sua crescente participação no mercado global, como apontam os dados do *Statistical Database* do *United Nations Conference on Trade and Development - UNCTAD* (2016).

Tabela 1

### Valores das exportações de bens criativos do mundo, anuais, 2011-2015

Produtos	2011	2012	2013	2014	2015	TOTAL
Artesanato	36.004	36.406	39.282	40.460	35.720	<b>187.872</b>
Audiovisuais	36.218	30.695	24.979	24.129	21.875	<b>137.896</b>
Design	299.071	326.597	342.315	385.902	318.216	<b>1.672.101</b>
Nova mídia	40.570	41.563	41.563	41.149	42.194	<b>207.039</b>
Artes performativas	5.192	5.253	5.253	5.278	4.387	<b>25.363</b>
Publicidades	43.190	40.148	40.546	39.636	33.661	<b>197.181</b>
Artes visuais	31.290	39.232	40.334	40.637	53.700	<b>205.193</b>
<b>TOTAL</b>	<b>491.536</b>	<b>519.894</b>	<b>531.788</b>	<b>577.191</b>	<b>509.753</b>	<b>2.630.162</b>

*Nota.* Expresso em milhões de dólares e em valores correntes. Adaptado de “Statistical Database” de United Nations Conference on Trade and Development – UNCTAD, 2016, Recuperado de <http://unctadstat.unctad.org/wds/ReportFolders/reportFolders.aspx>.

Esses dados, apresentados na Tabela 1, indicam que entre os anos de 2011 e 2015, as exportações de produtos criativos no mundo – oriundos de empresas componentes da economia criativa – passou os 2,6 trilhões de dólares, isso sem considerar os serviços criativos, não mensurados pelo órgão.

Mesmo com sua relevância, as pesquisas em periódicos brasileiros de administração e contabilidade, entre os anos de 2008 e 2017, ainda são escassas, denotando uma incipiência no ambiente científico brasileiro. O mesmo pode se dizer do tema capital intelectual, com não mais que 40 pesquisas publicadas dentre o referido período.

### **1.3 Contribuições da pesquisa**

No âmbito de intersecção entre Capital Intelectual e Economia Criativa, o presente estudo resgata a teoria da mensuração como aquela capaz de fornecer compreensão dos fundamentos que cercam o atual estado de mensuração desses ativos, visando contribuir com a literatura ao dar continuidade ao estudo de M’Pherson e Pike (2001) e Pike e Roos (2004), que iniciaram tal debate quanto a formalidade da mensuração do capital intelectual utilizando de pressupostos da teoria da mensuração como base conceitual para tanto. Na literatura levantada por esse estudo, já fica denotado um volume baixo de pesquisas que exploram as empresas de econômica criativa (e novas mídias) em concatenação com a contabilidade ou o capital intelectual (Apêndice A), sendo mais uma contribuição esperada por esse estudo o estímulo do cruzamento dessas temáticas.

Indo além, o presente estudo viabiliza uma visão mais empírica dos aspectos de reconhecimento e mensuração do capital intelectual já praticado pelas empresas e não a partir de modelos já propostos de mensuração - o que o difere de seus antecessores -, contribuindo assim com o debate a partir de uma visão mais voltada as práticas de mensuração e não estritamente a propostas de mensuração, permitindo uma difusão dessas práticas – se houver - e, subsequentemente, uma ampliação do tema tanto no ambiente empresarial quanto no ambiente regulamentador, no que se refere o alinhamento das normas em relação as necessidades das empresas do campo estudado.

### **1.4 Organização da pesquisa**

No capítulo 2, foi realizado um aprofundamento das bases teóricas necessárias para a operacionalização da pesquisa, sem intenção de esgotar os tópicos abordados. Na primeira

seção, foram levantados os aspectos gerais de capital intelectual, bem como sua atual consolidação conceitual e pesquisas relacionadas que contribuíram com o objetivo desse estudo, além de uma revisão da literatura e coleta de dados econômicos sobre economia criativa – campo de estudo a ser explorado por esse trabalho – a fim de identificar sua intersecção com o capital intelectual. Na segunda seção foram apresentados aspectos da contabilidade impactantes no reconhecimento e mensuração de ativos intangíveis e como a teoria da mensuração extensiva se alinha a esse reconhecimento e mensuração, tendo por conseguinte, o cruzamento da legislação contábil e da referida teoria para a identificação dos atributos desejáveis de reconhecimento e mensuração do capital intelectual, a fim de divulgá-lo em relatórios contábeis. No capítulo 3, foi apontada a delimitação do estudo, bem como os procedimentos metodológicos adotados para a definição do campo de pesquisa, da coleta, da síntese e análise dos dados, tanto no momento documental da pesquisa quanto no momento de entrevistas com os profissionais das empresas da economia criativa. No capítulo 4, foram apresentados os resultados do estudo obtidos através da execução dos procedimentos anunciados no capítulo anterior. No capítulo 5, foram expostas as considerações finais do estudo com base nos resultados levantados, indicando quanto do objetivo da pesquisa foi atendido, além da caracterização das limitações do estudo e de sugestões para estudos futuros. Por fim, foram apresentadas as referências e apêndices necessários para a elaboração e execução metodológica do estudo.

## **2 Referencial Teórico**

Nesse capítulo são realizadas análises e reflexões críticas sobre as contribuições encontradas na literatura sobre capital intelectual, economia criativa e teoria da mensuração, com a finalidade de sustentar as escolhas metodológicas realizadas pelo estudo e direcionar uma análise mais objetiva dos resultados encontrados, sem a pretensão de esgotar nenhum dos assuntos.

O capítulo é iniciado com o levantamento de estudos e contribuições da literatura voltados à área de ativos intangíveis, focado no conglomerado entendido por capital intelectual, no que tange seu contexto histórico e definição. Na sequência, foi contextualizado o surgimento, evolução e reflexos da economia criativa em âmbito brasileiro e internacional, justificando de forma analítica a relevância do tema do estudo a esse agrupamento empresarial em específico. Por fim, são descritos aspectos da regulamentação contábil e da teoria da mensuração que contribuíram ou, até mesmo, se tornaram imprescindíveis quanto o possível reconhecimento contábil do capital intelectual.

### **2.1 Capital intelectual e economia criativa**

A transição das economias da base industrial para a base de conhecimento gerou a necessidade de compreender e gerenciar melhor os fatores intangíveis das organizações para sua adequação e crescimento (Carrington, 2013; Noordin & Mohtar, 2013). O Capital Intelectual (CI) surge nesse contexto como não somente um ativo intangível estático por si, mas um processo ideológico, um meio para um fim, distinguido como oriundo da busca do uso efetivo do conhecimento em oposição a informação (Bontis, 1998).

Em 1994, com a divulgação de informações relacionadas pelo Grupo de Seguros Skandia, o CI recebe maior atenção e debate dentre acadêmicos, órgãos governamentais e gestores, na tentativa de encontrar um método comum de identificar conhecimento que pode ser convertido em valor para a empresa, uma vez reconhecido como um fator de vantagem competitiva nesse novo contexto econômico (Dumay, 2011; Carrington, 2013; Cricelli, Greco, & Grimaldi, 2014; Reina & Ensslin, 2011).

A seguir, são apresentados os principais contextos que contribuíram para o aprimoramento e difusão do capital intelectual até o presente momento, bem como, sua consolidação em termos conceituais.

### ***2.1.1 Contexto histórico e conceito de capital intelectual***

Guthrie (2006) resume que o pensamento sobre o Capital Intelectual origina-se em meados dos anos 80, com a concepção de “era da informação” e a visibilidade mais ampla do vão entre o valor contábil e o valor de mercado das empresas, demandando na sequência, no início da década de 90, iniciativas de mensurar e reportar sistematicamente o capital intelectual para o público externo das empresas (Edvinsson & Malone, 1998; Guthrie, 2006). Tal necessidade foi estimulada conforme o indicador Q de Tobin das empresas aumentava, sendo esse o indicador criado pelo economista James Tobin que apontava quantas vezes o valor de mercado das empresas estava acima do valor contábil, ou seja, para uma empresa que possuía valor de mercado de \$ 100 milhões de dólares e um valor contábil de \$ 25 milhões, o Q de Tobin indicaria um valor de 4 (Edvinsson & Malone, 1998; Bontis, 1998).

Ainda nesse período houve um notório evento a respeito do Capital Intelectual, pois em 1990 o Grupo Skandia - empresa escandinava de seguros e serviços financeiros - nomeia Leif Edvinsson como diretor corporativo de capital intelectual, passando a ser conhecido como primeiro executivo no mundo a ocupar um cargo voltado especificamente ao capital intelectual, atribuindo um estado formal e uma esfera de legitimidade corporativa ao tema (Edvinsson e Malone, 1998; Petty & Guthrie, 2000).

Nesse cenário, os ativos intangíveis (tratado genericamente como *Goodwill*, e o Capital Intelectual como parte dele) passaram a ser o centro das atenções de alguns pesquisadores e publicações, na expectativa de ser uma variável explicativa em potencial do gradativo aumento do Q de Tobin de algumas empresas da época, como por exemplo a Microsoft, Netscape, Oticon, Intel e etc. (Edvinsson & Malone, 1998; Sveiby, 1997; como citado por Bontis, 1998). Com a relevância atribuída ao CI como explicação dessa distância entre valor de mercado e valor contábil, artefatos gerenciais surgem no início da década já com atenção especiais a mensuração de ativos intangíveis, como o *Balanced Scorecard* de Kaplan e Norton em 1992, que envolvia uma premissa de que “o que você mensura é o que você obtém”, denotando que a mensuração desses ativos intangíveis passaram a ser prontamente uma preocupação (Edvinsson & Malone, 1998; Guthrie, 2006).

Na segunda metade da década de 90, mais precisamente em maio de 1995, surge uma das mais notórias contribuições quanto a mensuração especificadamente do Capital intelectual, com a publicação do relatório anual do Grupo Skandia, incluindo uma apresentação de avaliação do estoque de capital intelectual da empresa (Edvinsson & Malone, 1998; Guthrie, 2006). Ainda em 1995, a empresa sueca Celemi, que desenvolve e vende ferramentas de

treinamento em uma base global, também divulgou em seu *annual report* uma seção para divulgação de seu CI, sob o modelo de mensuração conhecido por *Intangible Assets Monitor* (Sveiby, 1997; Guthrie, 2006).

Posteriormente, são publicados livros sobre CI por autores conhecidos como pioneiros do movimento de capital intelectual, como Kaplan e Norton em 1996; Edvinsson e Malone em 1997; e Sveiby em 1997 (Edvinsson & Malone, 1998; Guthrie, 2006). Nessas obras, destaca-se em especial a de Edvinsson e Malone (1998), por trazer uma justificativa robusta ao tema, além de orientações de como o *Skandia Navigator* foi elaborado para que o complemento do relatório anual em 1995 pudesse surgir, com explicitações de cada indicador, além de sugestões de adaptabilidade para empresas de segmentos diferentes ao do Grupo Skandia.

Ao final da década de 90 o CI assume larga audiência como um tópico de pesquisa científica, de congressos acadêmicos e outros meios de publicação, além do surgimento de um número crescente de projetos de grande escala (por exemplo, o projeto MERITUM; Dinamarquês; Estocolmo) com o objetivo, em parte, de introduzir algum rigor acadêmico em pesquisa sobre capital intelectual; terminando a década com a promoção pela Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OECD) de um simpósio internacional em Amsterdã sobre capital intelectual em 1999 (Petty & Guthrie, 2000; Guthrie, 2006).

A discussão do simpósio promovido pela OECD (1999) girou em torno das estratégias de mensuração e de divulgação do CI e teve como um dos principais tópicos debatido “o que motivava as empresas a querer mensurar seu CI”, e mesmo entre os diferentes pontos de vistas das pesquisas que abordaram tal tópico, Guthrie (2006, p. 33) resume alguns aspectos comuns a partir dos achados levantados no simpósio quanto a tal tópico:

“as organizações são motivadas a medir seu CI para auxiliar nos exercícios competitivos de benchmarking, criar uma consciência dentro da organização que CI (recursos humanos em particular) importa e fornece informações estruturadas para o mercado de capitais e trabalho que possam melhorar as percepções do mercado em relação a empresa”.

Em 2000 surge um periódico científico estritamente direcionado a pesquisas sobre capital intelectual intitulado *Journal of Intellectual Capital*, encerrando assim um ciclo de pesquisas e publicações sobre o tema, ciclo esse, classificado por Petty e Guthrie (2000), como o primeiro estágio de desenvolvimento de uma estrutura de capital intelectual, onde os pesquisadores concentraram seus esforços, até aquele momento, em evidenciar a importância do CI como um todo, além de definição de sua estrutura (Petty & Guthrie, 2000; Dumay, 2014). Desde então, as pesquisas passaram, em sua maioria, a explorar empiricamente o gerenciamento interno e as práticas de divulgação do capital intelectual, bem como seus impactos no

desempenho dessas organizações (Petty & Guthrie, 2000), como as pesquisas de Bontis (1998), Guthrie e Petty (2000), Brennan (2001), dentre outras.

O *Journal of Intellectual Capital* passa a ser uma referência de direcionamento do tema, ou seja, por concentrar publicações direcionadas estritamente ao capital intelectual, os pesquisadores engajados em identificar os rumos do tema iniciavam seus trabalhos em revisões da literatura sobre as publicações daquele periódico, e isso fica claro quando Guthrie, Ricceri e Dumay (2012), ao fazer uma revisão da literatura sobre capital intelectual analisaram 423 artigos, sendo 70,2% deles publicados no *Journal of Intellectual Capital*. Nesse trabalho, os autores consideraram um terceiro estágio de pesquisas sob a abordagem de capital intelectual, intitulada por eles de abordagem crítica sobre capital intelectual, dizendo que esse estágio teve início com as edições especiais de 2006 do *Journal of Intellectual Capital* chamada “Intellectual Capital: becoming critical” e de 2009 do periódico *Critical Perspectives of Accounting*, chamada *Critical perspectives on intellectual capital* (Guthrie, Ricceri e Dumay, 2012; Dumay & Garanina, 2013).

Enquanto o segundo estágio das pesquisas em CI caracterizou-se por ser dedicado a avaliar a influência do CI predominantemente nos resultados financeiros, o terceiro concentra-se nas implicações gerenciais mais profundas do gerenciamento do CI, dedicando-se à avaliação da influência do CI não somente nos resultados financeiros, mas também no valor da empresa, além da importância dos produtos e serviços para os clientes e outros grupos de interesse (Dumay & Garanina, 2013). Pode-se assumir a partir disso que, na década de 2000, encerrou-se mais um ciclo de pesquisas sobre CI, abrindo espaço para uma visão mais profunda não só do tema, mas também das empresas contidas nesse CI, respeitando o ambiente corporativo em sua complexidade e estimulando mais pesquisas *in loco* quando explorados os impactos do CI na geração de valor para as empresas.

Em 2017, os *stakeholders* são interpretados como preocupados em relação ao gerenciamento, mensuração e divulgação dos recursos intangíveis parte das empresas, e isso fica caracterizado quando a *National Association of Securities Dealers Automated Quotations* (NASDAQ) divulga no referido ano - com posterior atualização em 2019 - um documento intitulado de *Environmental, Social and Corporate Governance (ESG) Reporting Guide*, que tem por finalidade guiar as empresas listadas nessa bolsa quanto a mensuração e divulgação de fatores sustentáveis, sociais e de governança corporativa. Os fatores sugeridos pelo guia para mensuração e divulgação pelas empresas são demonstrados na Figura 2.



A motivação da NASDAQ em emitir o guia foi incentivar de forma não obrigatória a divulgação de informações que proporcionem às partes interessadas os seguintes atributos (NASDAQ, 2019, pp. 5-6):

- Acesso ao capital;
- Crescimento e rentabilidade;
- Gerenciamento de risco e conformidade;
- Marca e reputação corporativa;
- Fluxo e mensuração de informações; e
- Aprimoramento de relacionamento com parte interessadas.

 <b>Environmental (E)</b>	 <b>Social (S)</b>	 <b>Corporate Governance (G)</b>
E1. GHG Emissions E2. Emissions Intensity E3. Energy Usage E4. Energy Intensity E5. Energy Mix E6. Water Usage E7. Environmental Operations E8. Climate Oversight / Board E9. Climate Oversight / Management E10. Climate Risk Mitigation	S1. CEO Pay Ratio S2. Gender Pay Ratio S3. Employee Turnover S4. Gender Diversity S5. Temporary Worker Ratio S6. Non-Discrimination S7. Injury Rate S8. Global Health & Safety S9. Child & Forced Labor S10. Human Rights	G1. Board Diversity G2. Board Independence G3. Incentivized Pay G4. Collective Bargaining G5. Supplier Code of Conduct G6. Ethics & Anti-Corruption G7. Data Privacy G8. ESG Reporting G9. Disclosure Practices G10. External Assurance

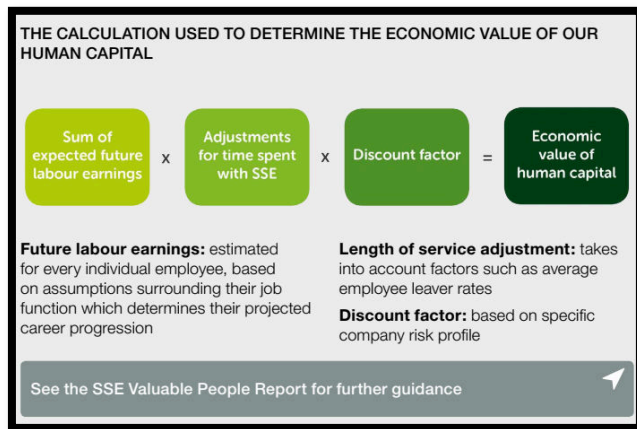
**Figura 2.** Métricas do ESG Reporting Guide 2.0

Fonte: De “ESG Reporting Guide 2.0” de NASDAQ, 2019, p 13.

A NASDAQ (2019, p. 4) aponta que, embora os indicadores contemplados pelo seu guia “sejam às vezes chamados de não-financeiros, a forma como uma empresa os gerencia, sem dúvida, tem consequências financeiras mensuráveis”, em outras palavras, vem sendo reconhecido que os componentes intangíveis relacionados ao âmbito empresarial vem cada vez mais preocupação dos usuários das informações divulgadas pelas empresas.

Com enfoque maior para a mensuração de alguns componentes do CI, a *A4S CFO Network* - equipe de diretores financeiros de empresas britânicas estabelecida em 2013 -, publica também em 2017 o *A4S Essential Guide to Social and Human Capital Accounting*, um guia que objetivou atribuir números a eventos de capitais social e humano das empresas, por meio de divulgação de diretrizes e métricas já utilizadas pelos respectivos diretores em suas empresas de atuação, como por exemplo a Siemens e a Unilever (A4S, 2017). Nesse guia,

alguns componentes do capital intelectual humano - como habilidades, treinamento e educação dos empregados - já aparecem com orientações para sua mensuração e exemplificações práticas, como a da empresa SSE na Figura 3 (A4S, 2017).

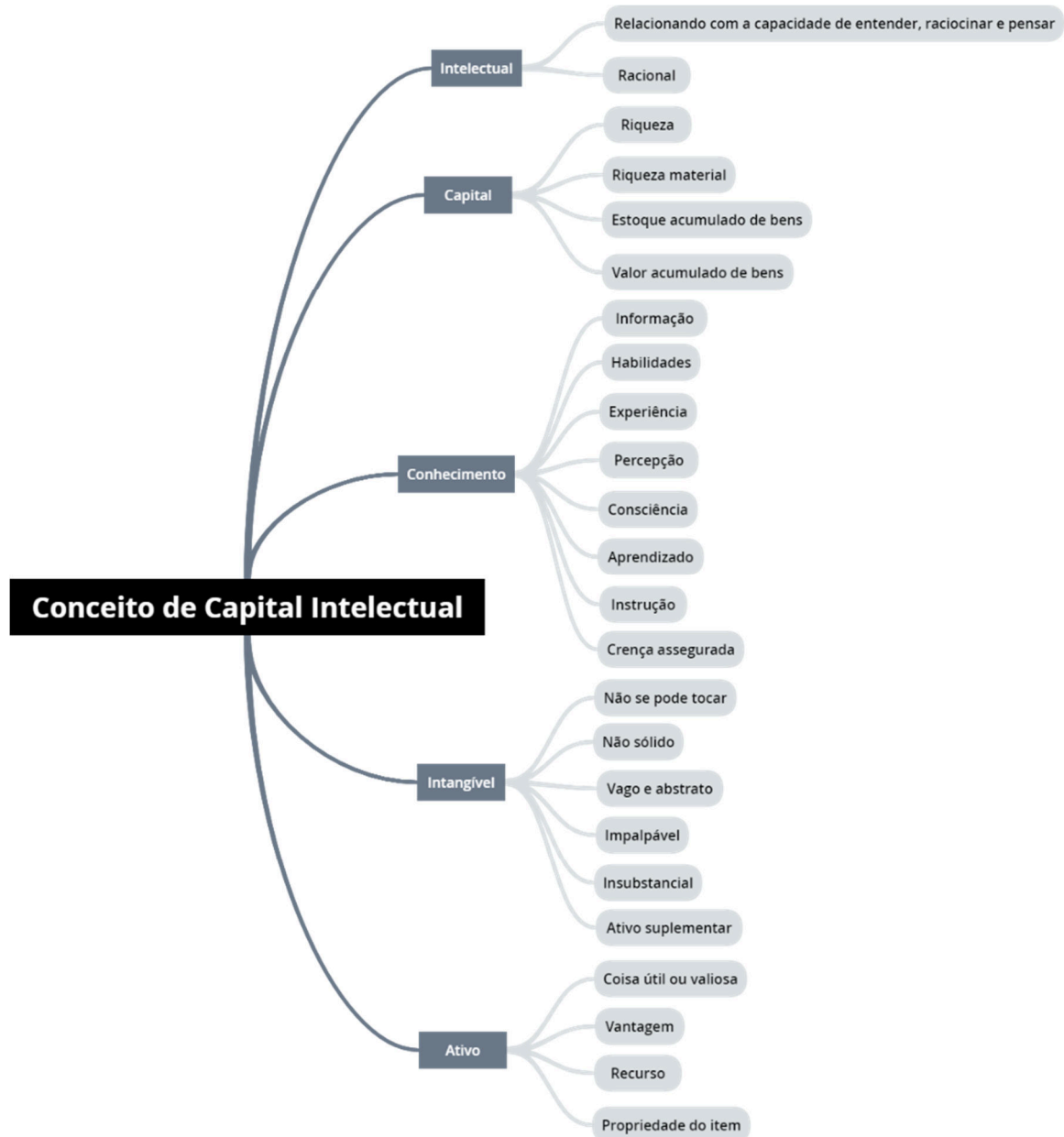


**Figura 3.** Cálculo do valor econômico de capital humano da SSE

Fonte: Recuperado de “A4S Essential Guide to Social and Human Capital Accounting” de A4S CFO Networking, 2017, p. 91.

Mesmo com toda essa difusão do tema e com termo ‘Capital Intelectual’ sendo amplamente aceito dentre seus pesquisadores, sua base conceitual não assume o mesmo estado uniforme (Engström, Westnes & Westnes, 2003; Noordin & Mohtar, 2013, Reina & Ensslin, 2011). Ainda assim, Engström, Westnes & Westnes (2003) apontam que algumas palavras aparecem com frequência nas definições já publicadas, como por exemplo: conhecimento, habilidades, experiências, ativos intangíveis, informação, processos e criação de valor. Marr e Moustaghfir (2005, p. 1115) explicam que um dos motivos de não haver uma definição amplamente aceita dentre os pesquisadores é o fato de diferentes pessoas sobre diferentes perspectivas ou disciplinas usar a mesma linguagem para descrever coisas diferentes dentro do tema, que essa “ausência de definições claras do capital intelectual cria confusões e limita o potencial de criar um corpo válido do conhecimento”.

Contribuindo com a mitigação desse problema operacional do capital intelectual, Marr e Moustaghfir (2005) buscaram definir o capital intelectual por meio de uma perspectiva denotativa e reducionista, onde através de elementos essenciais atribuídos aos termos empregados no capital intelectual (Figura 4) alcançou a seguinte definição técnica: “O capital intelectual abrange qualquer recurso intangível valioso adquirido através da experiência e do aprendizado que possa ser usado na produção de riqueza adicional”.



**Figura 4.** Resumo das definições dos componentes do Capital Intelectual

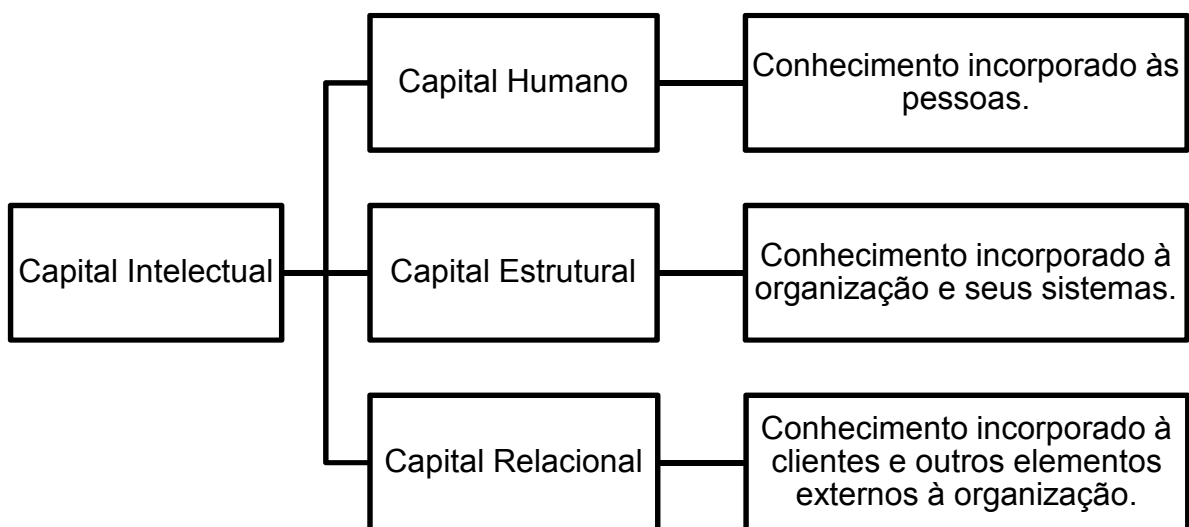
**Fonte:** “Defining intellectual capital” de B. Marr & K. Moustaghfir, 2005, *Management Decision*, 43(9), p. 1117.

Por mais relevante que tenha sido a contribuição de Marr e Moustaghfir (2005), os próprios autores reconhecem que tal definição não tem plena utilidade em ambiente empresarial, justamente por não abranger o fator empresa em sua composição. Nesse sentido, a definição apresentada por Mouritsen, Bukh e Marr (2004) mostra-se afim com tal abordagem empresarial quando se refere ao capital intelectual como um conjunto de recursos intelectuais que compõe o conhecimento da empresa, sendo que tais recursos, em um contexto empresarial, são usados para ampliar sua capacidade de inovação, processos e desempenho. Surge posteriormente outra definição mais operacional e voltada para o público externo das empresas e, portanto, mais próxima da contabilidade financeira quando Alipour (2012) inclui o aspecto

“controle e propriedade” ao CI e passa a defini-lo como um “grupo de ativos do conhecimento que são de propriedade e/ou controle de uma organização e o mais significativo mecanismo direcionador de criação de valor para os grupos de interesse de uma determinada companhia” (Alipour, 2012, p. 54).

A definição de Alipour (2012) foi adotada por este trabalho não somente por questões de atendimento ao objetivo ou viabilidade da pesquisa, mas também por apresentar palavras importantes para a categorização ‘ativo’ da contabilidade financeira, como sua tradução em recursos sob propriedade e/ou controle da empresa, aspecto esse fundamental na separação dentre o capital intelectual das pessoas envolvidas com aquela empresa e o capital intelectual da empresa de fato. Ainda assim, algumas observações se fazem importantes a tal definição, como por exemplo o trecho “o mais significativo mecanismo direcionador”, que pode causar uma sugestão de demérito aos demais componentes da demonstração contábil, por exemplo, ficando uma sugestão de alteração para ‘grupo de ativos do conhecimento de propriedade e/ou controle da empresa capazes de criar valor para ela e seus grupos de interesse’.

Apesar da variedade de conceitos atribuídos ao CI, que mesmo com pontos em comum, transmite certo grau de imaturidade do tema, algumas conquistas já podem ser vinculadas a ele, como quando Engström, Westnes & Westnes (2003) constatam que suas divisões estão consolidadas na literatura, sendo elas o Capital Humano, o Capital Estrutural (ou Organizacional) e o Capital Relacional (ou de Clientes) (Bontis, 1998; Engström, Westnes & Westnes, 2003; Carrington, 2013; Noordin & Mohtar, 2013; Cricelli, Greco, & Grimaldi, 2014; Cleary, 2015; Veltri & Bronzetti, 2015).



**Figura 5.** Subgrupos do Capital Intelectual

A Figura 5 mostra resumidamente as definições dos subgrupos amplamente aceitos na literatura do capital intelectual, sendo que o capital humano se refere ao conhecimento atribuído às pessoas; já o estrutural tange o conhecimento incorporado à organização e seus sistemas; e o relacional ao conhecimento incorporado à clientes e outros elementos externos à organização (Veltri & Bronzetti, 2015).

O capital humano é o conhecimento, habilidades, experiências e atitudes dos membros da organização, bem como sua agilidade intelectual – pensamento de soluções inovadoras – para fazer uso dessas qualidades, sendo que o ponto de distinção dentre o que pode ou não ser considerado capital humano é o fato de seus atributos serem raros, insubstituíveis e difíceis de copiar ou imitar (Engström, Westnes & Westnes, 2003; Gamerschlag & Moeller, 2011; Noordin & Mohtar, 2013). O capital estrutural (ou organizacional) é coletânea de conhecimento atribuída a continentes não humanos do ambiente interno das organizações, como por exemplo, sistemas, banco de dados e programas (Engström, Westnes & Westnes, 2003; Noordin & Mohtar, 2013). O capital relacional (ou de clientes) é o valor do conhecimento atribuído ao relacionamento de uma organização com seu ambiente externo – clientes, investidores, redes de distribuição, parceiros e fornecedores – e o potencial valor futuro dessas relações (Engström, Westnes & Westnes, 2003; Noordin & Mohtar, 2013).

### **2.1.2 Economia criativa**

Na visão de John Howkins, que inaugurou e difundiu o termo por meio de sua obra *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*, de 2001, a sociedade da informação e a economia do conhecimento atingiram um novo patamar em decorrência de uma mudança de ênfase (Madeira, 2015; Sung, 2015). Nesse contexto de constantes e velozes mudanças econômicas globais incorridas no século XXI, o conceito de economia criativa surge como uma forma de categorizar uma área em que as ideias, suportadas por novas tecnologias, agregam riquezas, valores e fornecem transformações sociais (Madeira, 2015).

A UNCTAD (2010, p. 10), em seu relatório direcionado a difusão da economia criativa, expos como sua contribuição sua definição como “um conjunto de atividades econômicas baseadas no conhecimento, com uma dimensão de desenvolvimento e interligações cruzadas em macro e micro níveis para a economia em geral”. Já na visão de Sung (2015, p. 89), “uma economia criativa pode ser definida como aquela em que as empresas promovem a criatividade, a convergência do conhecimento, e tecnologia científica avançada baseada em aprendizagem coordenada para criar novos mercados e novos empregos”.

A fim de operacionalização do presente trabalho, será considerada como economia criativa a junção das definições trazidas anteriormente, considerando economia criativa como o conjunto de empresas que, através da promoção da criatividade, da convergência do conhecimento e de tecnologia avançada, produza bens ou serviços geradores de novos mercados e novos empregos.

Uma das fontes de inspiração para o termo economia criativa foi a emissão do relatório *The Creative Nation* pelo Departamento de Comunicações e Artes do governo australiano em 1994, com o objetivo de enfatizar a importância da identidade nacional do país através de um fundo adicional destinado as instituições culturais (UNCTAD, 2010). Na sequência, surge o termo indústria criativa, promovido através do relatório *Creative Industries Mapping Document* de 1998 emitido pelo Governo Britânico, a fim de medir a composição e contribuições do setor (Madeira, 2015). O mapeamento publicado posteriormente em 2001 pelo *Department for Digital, Culture, Media & Sport* (DCMS) de mesmo título, trouxe uma definição amplamente aceita na literatura para as indústrias criativas, como sendo aquelas “que tem sua origem na criatividade, habilidade e talento individuais e que tem potencial para riqueza e criação de emprego através da geração e exploração de propriedade intelectual” (DCMS, 2001, p. 5; Madeira, 2015). Castro e Figueiredo (2016, p. 113) complementam que a indústria criativa como aquele núcleo que é “formado pelas atividades profissionais e/ou econômicas que tem as ideias como insumo principal para a geração de valor”.

Economia criativa e indústria criativa são termos que confundem-se a tal ponto de serem tratados como sinônimos, entretanto, pelas definições apresentadas, percebe-se que economia criativa refere-se a uma agrupamento mais abrangente do que indústria, fazendo o presente trabalho a entender que as indústrias criativas compõe o setor da economia criativa, que esta, por sua vez, pode abranger tanto as indústrias criativas como outras que a auxiliam a promoção da criatividade (UNCTAD, 2010; Madeira, 2015).

Além do debate envolvendo quais os setores empresariais são considerados indústrias criativas, pode haver ainda diferença dos agrupamentos adotados para essas indústrias entre um país e outro (Madeira, 2015; Castro e Figueiredo, 2016). A FIRJAN, em seus mapeamentos já emitidos, adotou o agrupamento em quatro categorias (ou áreas criativas), sendo elas a de Tecnologia, Mídias, Cultura e Consumo (Figura 6), já a UNCTAD (2010) adotou outras quatro categorias, sendo elas Patrimônio, Artes, Mídia e Criações Funcionais (Figura 7). Quanto a listagem de setores econômicos que comporiam tais áreas criativas, os órgãos engajados nessa área são muitos próximos, por exemplo, o DCMS do governo britânico lista as áreas de Propaganda, Arquitetura, Artes, Mercado de antiguidades, Artesanato, *Design*, Moda,

Cinematografia, Música, Artes performativas, Publicidade, *Softwares*, *Softwares* de lazer, Serviços computacionais, televisão e rádio. Já no Brasil, a FIRJAN, além das anteriores, inclui ainda as áreas de Biotecnologia, Pesquisa e Desenvolvimento (Figura 6).



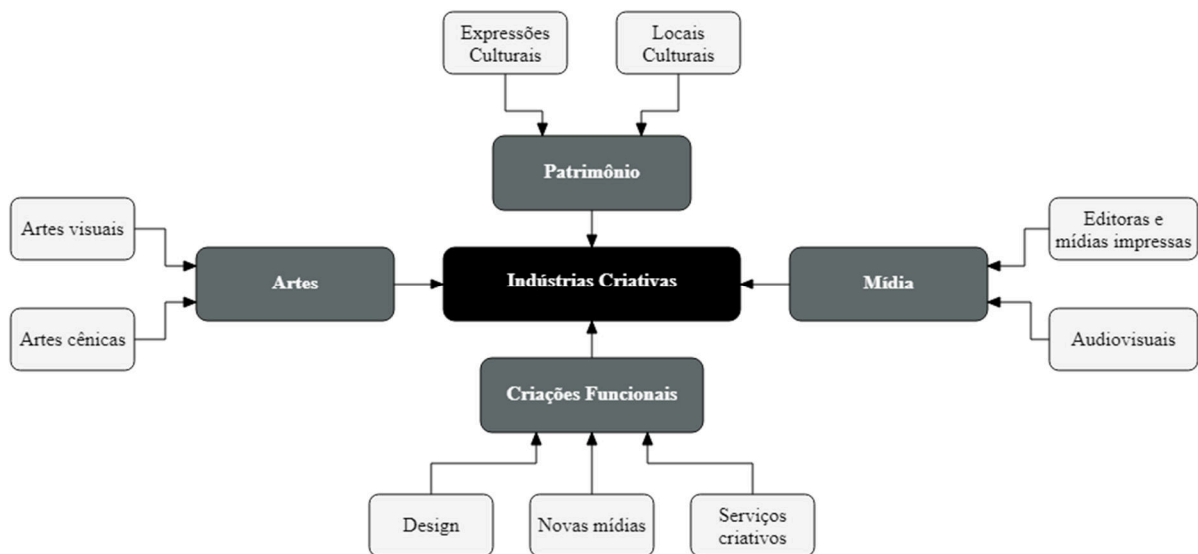
**Figura 6.** Áreas do núcleo da indústria criativa no Brasil

**Fonte:** Adaptado de “Mapeamento da indústria criativa no Brasil” de Federação das indústrias do estado do Rio de Janeiro, 2016, p. 10.

Para o presente trabalho, a composição de setores empresariais da economia criativa adotada foi o da UNCTAD (2010), dada a natureza internacional do relatório emitido em 2010 e sua descrição mais viável para esse estudo. No relatório da UNCTAD (2010, pp. 8-9), foram listadas as áreas criativas, o que possibilitou resumo fornecido pela Figura 7, sendo tais áreas:

- Patrimônio
  - Expressões culturais: artesanato, festivais e celebrações.
  - Locais culturais: sítios arqueológicos, museus, bibliotecas, exposições, etc.
- Artes
  - Artes visuais: pinturas, esculturas, fotografia e antiguidades

- Artes cênicas: música ao vivo, teatro, dança, ópera, circo, teatro de fantoches, etc.
- Mídias
  - Editoras e mídias impressas: livros, imprensa e outras publicações
  - Audiovisuais: filmes, televisão, rádio e demais radiodifusões.
- Criações funcionais
  - Design: interiores, gráfico, moda, joalheria, brinquedos.
  - Novas mídias: software, videogames e outros conteúdos digitais criativos.
  - Serviços criativos: arquitetônico, publicidade, cultural e recreativo, pesquisa e desenvolvimento (P&D) criativo, outros serviços criativos digitais.



**Figura 7.** Classificação da UNCTAD para as indústrias criativas

**Fonte:** Adaptado de “Creative Economy Report 2010” de United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD), 2010, p. 8.

No Brasil não há uma equipe especializada em âmbito federal destinada ao estudo da economia criativa nacional, por exemplo, o Ministério da Cultura do Brasil utiliza-se de dados da FIRJAN e da UNCTAD para a emissão de seus relatórios relacionados a economia criativa (Madeira, 2015). No último relatório *Statistical Database* emitido pela UNCTAD (2016) divulgado até o presente momento, indica que o Brasil possuiu uma participação percentual média de 0,705% de todos os produtos criativos exportados no mundo no ano de 2015 (Tabela 2), denotando ainda um início de participação no setor, quando comparado com os países



pioneiros no mapeamento e incentivos do setor, como o Reino Unido (7,184%) e a Austrália (1,724%).

Tabela 2

**Participação percentual das exportações de bens criativos em comparação ao mundo em 2015**

<b>Produtos</b>	<b>Austrália</b>	<b>Brasil</b>	<b>EUA</b>	<b>Reino Unido</b>
Artesanato	1,818	1,262	27,549	6,727
Audiovisuais	1,151	0,121	5,912	5,932
Design	2,019	0,505	24,401	6,223
Nova mídia	1,789	0,397	24,387	5,124
Artes performativas	2,488	1,588	24,578	6,016
Publicidades	2,267	0,909	14,050	7,679
Artes visuais	0,536	0,150	26,841	12,588
<b>Média</b>	<b>1,724</b>	<b>0,705</b>	<b>21,103</b>	<b>7,184</b>

*Nota.* Expresso em valores percentuais em relação ao total do mundo. Adaptado de “Statistical Database” de United Nations Conference on Trade and Development – UNCTAD, 2016, Recuperado de <http://unctadstat.unctad.org/wds/ReportFolders/reportFolders.aspx>.

A participação do Brasil na exportação de produtos criativos em relação ao mundo já dá indícios de que somente analisar as empresas instaladas no país não é suficiente para explorar com saturação as evidências de capital intelectual nos relatórios financeiros, fazendo necessária a inclusão de outros países na amostra, como o Reino Unido e o Estados Unidos, a fim de viabilidade do presente estudo.

Nesse contexto de relevância no cenário econômico e valorização do processo criativo, pode-se afirmar que a economia criativa possui como ponto forte o conhecimento agregado em sua atuação, uma vez que é regida da “combinação de criatividade individual, capital intelectual e agregação de valor em produtos e serviços personalizados” (Bianchi & Figueiredo, 2016, p. 175); logo, o ativo intangível – mais precisamente o capital intelectual - se mostra como uma das informações mais relevantes a compor o conjunto de informações divulgadas pelas empresas da economia criativa.

### ***2.1.3 Pesquisas anteriores sobre mensuração e divulgação do capital intelectual***

Dado o entrelaçamento de pesquisas com mensuração gerencial do CI e práticas de sua divulgação no início dos anos 2000, tornou-se fundamental a categorização delas dentre duas abordagens distintas de mensuração, sendo uma para o gerenciamento interno (Perspectiva interna), a fim de formular, implementar e avaliar a estratégia corporativa e gerenciar seu conhecimento; e outra para o relato externo (Perspectiva externa), necessário para contribuir na

explicação do vão entre o valor contábil e o valor de mercado da empresa e informar grupos de interesse da empresa (Liu & Wang, 2012; Marr, Schiuma, & Neely, 2004).

A mensuração do capital intelectual sob uma perspectiva interna surge da necessidade da empresa em saber o máximo possível sobre si, para poder monitorar seu progresso e tomar ações corretivas quando aparecerem sinais de alerta (Sveiby, 1997). Em decorrência desse enfoque, alguns estudos são enquadrados nessa abordagem por levantarem proposições de melhoramento das mensurações já existentes na literatura, como por exemplo a pesquisa de Ensslin, Carvalho, Gallon e Ensslin (2008), que utilizou os modelos *Skandia Navigator*, *Intangible Assets Monitor* e *Intellectual Capital Navigator* como fragmentos de um método mais abrangente o MCDA-C (Metodologia multicritério de apoio à decisão – construtivista) para sanar a deficiência dos modelos mencionados em atender fins específicos das empresas.

Veltri e Bronzetti (2015) reforçam essa fraqueza dos modelos de mensuração já existentes, indicando em sua pesquisa sobre a análise das práticas de medição, gestão e elaboração de relatórios de CI numa organização sem fins lucrativos italiana, concluíram com base em seu estudo de caso que os indicadores do CI devem ser construídos a partir da perspectiva da empresa e não de um ponto de vista neutro.

Ainda nessa linha, Cricelli, Greco e Grimaldi (2014) ampliaram o *IC index*, divulgado por Roos et al em 1997, para o *AMIC index – assessment and management of IC* -, que considera tanto as interdependências entre os elementos do CI quanto a percepção dos gestores sobre sua importância estratégica no processo de criação de valor. Essa preocupação de alguns autores com a percepção dos gestores quanto ao impacto de se mensurar o CI torna-se também uma outra abordagem de perspectiva interna, como o estudo de Oliveira, Lopes & Oliveira (2014) que investigou uma empresa brasileira de grande porte da área de tecnologia da informação e telecomunicações, concluindo por meio de questionário realizado com os integrantes das médias e altas gerências que o CI contribui para a criação e manutenção de vantagem competitiva na percepção desses gestores.

Mudando o enfoque de vantagem competitiva para criação de valor, Rezende, Correia e Gomes (2017) investigaram quais os componentes do capital intelectual estão presentes e como eles interagem na criação de valor das unidades de pesquisas mantidas pelo Ministério de Ciência e Tecnologia brasileiro, por meio de um questionário com os integrantes dessas unidades e foi mensurado em escala de Likert. Nesse estudo, os autores perceberam, no desenvolvimento da hipótese que há interdependência entre os direcionadores Capital Humano, Estrutural, Relacional e Financeiro na criação de valor, destacando que a maior correlação é aquela entre Capital Relacional e Criação de Valor, levando à crença de que os sujeitos

apreciam os efeitos da geração de conhecimento e inovação de rede. Além disso, em contrapartida, os autores não puderam confirmar a existência de um pensamento comum e unificado entre as unidades de pesquisas quanto a criação de valor se dar com a valorização dos direcionadores de ativos intangíveis.

No que tange a perspectiva externa do capital intelectual, é assumido um considerável espaço pesquisas que investigam como as empresas tem divulgado seu capital intelectual de maneira voluntária em alguns países do mundo, como foi o caso da pesquisa de Guthrie e Petty (2000) na Austrália, que investigou 20 das maiores empresas listadas na bolsa de valores australiana e concluíram que 19 delas divulgaram vários componentes de seu capital intelectual. Já na Irlanda, Brennan (2001) analisou 11 empresas listadas na bolsa de valores irlandesa – sendo essa amostra determinada por empresas que o autor entendeu serem baseadas em conhecimento –, e seus resultados demonstraram, em menor escala quando comparado ao estudo realizado na Austrália, que a evidenciação do capital intelectual é significativa, porém, muito realizada de forma qualitativa.

Nessa mesma linha, Bozzolan, Favotto e Ricceri (2003) investigaram 30 empresas não financeiras listadas na bolsa de valores italiana, descobrindo que não somente tais empresas têm divulgado o capital intelectual, como o capital relacional tem sido o mais evidenciado. Todos os estudos mencionados corroboram que a estrutura de divulgação do capital intelectual não segue uma forma padronizada dentre si e são apresentados de forma mais qualitativa que quantitativa ou monetária, o que dificulta a capacidade comparativa dessas informações entre essas empresas.

Além dos estudos mencionadas anteriormente sobre a divulgação do capital intelectual pelas empresas, Vergauwen, Bollen e Oirbans (2007) resumem ainda outros encontrados na literatura realizados em outros países, como Reino Unido, Canada, Sri Lanka, Malásia, Finlândia, França, Alemanha e Holanda, dentre os anos de 2000 e 2005, mostrando não somente um auge de pesquisas dessa natureza nesse espaço de tempo, mas também sumarizando os resultados de que há diferenças sistemáticas no grau de divulgação de CI por essas empresas, o que pode ser supostamente explicado pelo custos de produção dessas informações.

O que pode-se constatar de principais aspectos divergentes das pesquisas de perspectiva interna e externa do CI é o fato de somente as de perspectiva interna se preocuparem com as práticas de mensuração desses CI, ampliando e adaptando modelos de mensuração, enquanto somente as de perspectiva externa demonstram preocupação com a qualidade da informação divulgada, sem aparente preocupação a tais práticas de mensuração.

## 2.2 Teoria da mensuração e o capital intelectual

Ao mencionar a perspectiva externa do CI, torna-se inerente seu tratamento sob uma abordagem contábil, abordagem essa que Marr e Moustaghfir (2005) dizem assumir um papel de validação externa e fornecimento de informações úteis para a tomada de decisão econômica sobre a posição financeira e o desempenho da empresa. Em outras palavras, é a conversão do CI mensurado para a apreciação de investidores e outros grupos de interesse com confiabilidade que proporcione a comparabilidade dessa informação com as de outras empresas.

### 2.2.1 A evolução contábil em relação aos ativos intangíveis

A contabilidade avança ao abordar em seu pronunciamento o grupo do ativo intangível, que de acordo com o *International Accounting Standard* (IAS) 38, assume por definição como um ativo não monetário identificável sem substância física, sem desconsiderar, por sua vez, que ativos são recursos controlados pela entidade com benefícios econômicos futuros esperados. Subsequentemente, o mesmo pronunciamento expõe três aspectos imprescindíveis para reconhecimento de um ativo intangível na contabilidade, sendo eles: (a) “identificabilidade”; (b) controle e; (c) benefícios econômicos futuros.

“A definição trazida pelo pronunciamento foi um marco na direção de um acordo em torno da definição dos intangíveis” (Crisóstomo, 2009, p. 55), todavia, o mesmo pronunciamento não admite reconhecimento de alguns componentes do ativo intangível por não atenderem simultaneamente os três aspectos já mencionados, como por exemplo, os eventos listados em seu nono parágrafo: propriedade intelectual, conhecimento científico ou técnico, e *design*. Paralelamente a discussão do IAS 38, novos estudos surgiram na contabilidade em torno da mesma temática, em atenção a nova necessidade econômica das empresas, como um dos agrupamentos desses ativos, o capital intelectual.

No tocante a esfera brasileira, a Lei 11.638 é promulgada em 2007 com a finalidade de alinhar as normas brasileiras de contabilidade às internacionais emitidas pelo IASB. A referida Lei já insere no contexto contábil brasileiro uma alteração importante na estrutura das demonstrações contábeis, sendo ela a inclusão do grupo dos ativos intangíveis, não existente na legislação anterior, abrindo espaço na contabilidade brasileira para uma expectativa positiva quanto ao reconhecimento de recursos intangíveis no Balanço Patrimonial (Antunes, Silva, & Saiki, 2009).

Nesse contexto, surge o Pronunciamento CPC-04, em 2008 – com posterior revisão em 2010 -, emitido pelo Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC), fazendo uma adequação do IAS 38 do IASB ao contexto empresarial e contábil brasileiro. O referido pronunciamento cessa as expectativas geradas pelo Lei 11.638/2007 quanto a evidenciação do capital intelectual quando, em seu item 51 – em respeito ao IAS 38 – restringe a avaliação de ativos intangíveis gerados internamente, como é o caso do Capital Intelectual.

O Pronunciamento CPC-04 orienta que para que um ativo intangível gerado internamente seja reconhecido nas demonstrações contábeis, primeiramente deve-se entendê-lo como em fase de desenvolvimento de projetos internos e que atenda aos seguintes critérios (Pronunciamento CPC-04-R1, 2010):

- a. “Viabilidade técnica para concluir o ativo intangível de forma que ele seja disponibilizado para uso ou venda;
- b. Intenção de concluir o ativo intangível e de usá-lo ou vendê-lo;
- c. Capacidade para usar ou vender o ativo intangível;
- d. Forma como o ativo intangível deve gerar benefícios econômicos futuros. Entre outros aspectos, a entidade deve demonstrar a existência de mercado para os produtos do ativo intangível ou para o próprio ativo intangível ou, caso este se destina ao uso interno, a sua utilidade;
- e. Disponibilidade de recursos técnicos, financeiros e outros recursos adequados para concluir seu desenvolvimento e usar ou vender ativo intangível; e
- f. Capacidade de mensurar com confiabilidade os ganhos atribuíveis ao ativo intangível durante seu desenvolvimento”.

Como visto, nos itens de “a” a “f”, os critérios de reconhecimento do ativo intangível nas demonstrações contábeis somente dar-se-á quando os critérios já mencionados de “identificabilidade”; o controle e; os benefícios econômicos futuros forem simultaneamente atendidos (CPC-04-R1, 2010; IAS 38, 2010).

A contabilidade contribuiu consideravelmente quanto ao reconhecimento de ativos intangíveis tanto no âmbito nacional quanto no internacional, entretanto, ela ainda se mostra omissa ao se considerar especificamente o grupo do Capital Intelectual, considerando que esse grupo não tem capacidade para ser usado ou ser vendido e, ainda, possui amplo debate quanto sua dificuldade em atender aos critérios básicos de reconhecimento levantados pelos pronunciamentos supramencionados (Guthrie, 2006). Antunes e Martins (2002, p. 42) justificam esse cenário dizendo que por mais que a contabilidade deva manter-se alinhada aos acontecimentos externos ao ambiente empresarial, “ela não pode entregar-se sofregamente a

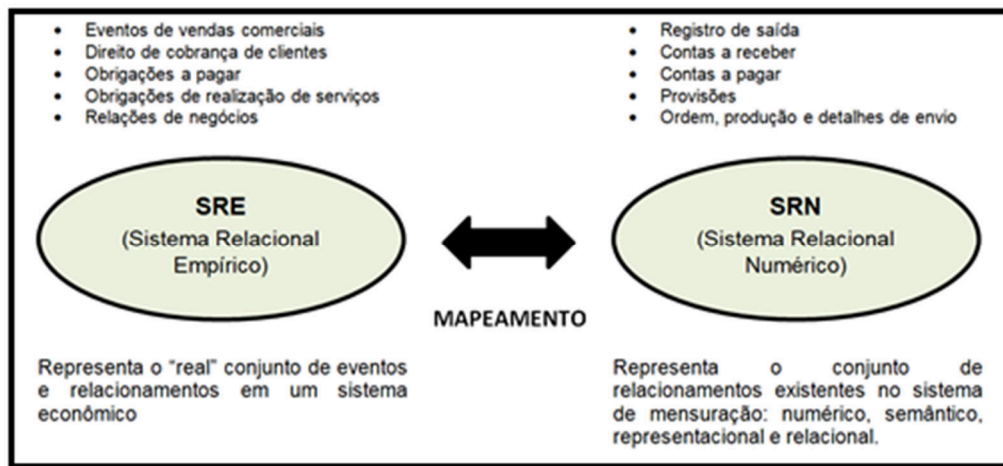
novos temas que suscitam polêmicas, mas sim, que antes tais temas sejam submetidos a uma averiguação e análise criteriosa, como o método científico de pesquisa”.

Isso porque a contabilidade provém de uma complexa linguagem, onde para entendê-la, é preciso entender também as características gerais da mensuração, sendo essa mensuração uma “linguagem especial que representa o fenômeno do mundo real pelos significados dos números e suas relações, que são predeterminados em um sistema numérico” (Ijiri, 1967, p. 19). Isso nos leva a uma abordagem alternativa ao reconhecimento de ativos intangíveis, que é a aplicação dos pressupostos oriundos da teoria da mensuração, uma teoria interdisciplinar com aplicação tanto nas ciências naturais quanto nas ciências sociais (Willet, 1987).

### ***2.2.2 Teoria da mensuração e a contabilidade***

Como um ramo da matemática, a teoria da mensuração é interpretada como um processo de mensuração e análise que consiste na atribuição de um conjunto de números à diferentes fenômenos por meio de um mapeamento formal (Martins, Araújo & Niyama, 2011; Romero, Gal, Mock & Vasarhelyi, 2012). A ideia fundamental da teoria da mensuração é que uma mensuração não é o mesmo que o objeto mensurado, mas sim uma representação dele, ou seja, para tirar conclusões sobre o objeto, é necessário levar em conta a natureza da correspondência entre o atributo e a mensuração (Pike & Roos, 2007). O processo de mensuração inicia-se basicamente da relação entre o Sistema Relacional Empírico (SRE) e o Sistema Relacional Numérico (SRN), onde aquele é mapeado por este último, como demonstrado na Figura 8 (Romero, Gal, Mock & Vasarhelyi, 2012).

Nesse contexto, o SRE representa os objetos e eventos a serem mensurados, bem como o relacionamento entre eles; já o SRN consiste no conjunto de numerais e um conjunto de relações numéricas fundamentais definidos pela escala particular utilizada, ou seja, as particularidades do SRE definirão a validade da escala utilizada no processo de mensuração. Stevens (1946) lista em seu estudo – conhecido como um dos pioneiros na formalização da teoria da mensuração – as categorias de escalas fundamentais do SRN, como a nominal, que representa a atribuição mais irrestrita de numerais; a ordinal, que surge da operação de classificação de ordem; a de intervalo, uma forma quantitativa no sentido comum da palavra e; a de proporção, possível somente quando existem operações para determinar as relações de igualdade, ordem de classificação, de intervalos e proporção.



**Figura 8.** Um sistema de mensuração básico

**Fonte:** Recuperado de "A Measurement Theory Perspective on Business Measurement" de S. Romero, G. Gal, T. J. Mock & M. A. Vasarhelyi, 2012, *Journal of Emerging Technologies In Accounting*, pp. 91-24.

Musvoto e Gouws (2010) apontam que alguns autores defendem que a escala de razão pode ser criada na contabilidade quando o valor monetário do ativo circulante, por exemplo, é dividido pelo valor monetário do passivo circulante, a fim de produzir um índice atual e comparável dentre diversas empresas além do fato do valor zero na contabilidade expressar de fato a ausência daquilo que é mensurado – fator imprescindível para a caracterização da escala de razão -, porém, alguns componentes do ativo circulante possuem conotação ambígua (exemplo, valor de uma *commodity*) e isso impede a realização de testes empíricos para precisar a relação entre a noção de valor de um ativo ou um passivo e a concatenação que permita a mensuração de unidades monetárias. Isso leva a discussão ao âmbito das duas principais categorias da teoria da mensuração, sendo a mensuração direta (fundamental) e a indireta (derivada), ambas aplicáveis tanto nas ciências naturais quanto nas ciências sociais (Stevens, 1946; Martins, Araújo e Niyama, 2011; Robert, 1985; Tobi, 2014; Willet, 1987).

Em termo gerais, a mensuração fundamental lida com o processo de mensuração em um estágio inicial do desenvolvimento científico, ou seja, estuda as propriedades qualitativas (não-numéricas) que as estruturas empíricas devem possuir para que possam ser representadas de forma válida pelos números atribuídos aos seus elementos (Robert, 1985; Willet, 1987). Já a mensuração derivada tenta descobrir relações na forma de funções numéricas entre os atributos já fundamentalmente mensurados, em outras palavras, a derivada apresenta-se quando um novo processo de mensuração surge sobre termos de uma mensuração (fundamental) já desenvolvida (Willet, 1987).

Sem consenso, assume-se na contabilidade que a mensuração fundamental se equipara aos custos de atividades, duração das atividades e etc; já a derivada, essa oriunda da fundamental, equipara-se ao cálculo de lucros, valor justo, etc. (Martins, Araújo & Niyama, 2011). Tobi (2014) complementa que, nas ciências sociais – como a contabilidade -, existe tal falta de consenso quantos as mensurações fundamentais e derivadas, dado o fato de a natureza dos fenômenos e objetos sob estudo não terem equivalência às leis gerais da física nas ciências naturais, mas esse problema pode ser mitigado em sua operacionalização, ou seja, decompor o atributo imensurável em componentes até que as características mensuráveis sejam atingidas de forma clara e auditável.

Robert (1985) aponta que há dois problemas básicos na mensuração fundamental a serem observados e testados para sua efetivação, que é o Problema de Representação e o Problema de Singularidade. O teorema da representação é o homomorfismo dentre as estrutura relacionais (empírica e numérica), onde em ambiente empírico tem-se  $\langle A, \succ, \circ \rangle$  - em termos de mensuração extensiva -, sendo essa operação de concatenação uma relação ternária em  $A$ , mantendo entre  $a$ ,  $b$  e  $c = a \circ b$ , enquanto que  $\succ$  é uma relação binária em  $A$ ; a representação dessa relação estrutural em ambiente numérico converte-se para  $\langle Re, \geq, + \rangle$  - também em termos de mensuração extensiva -, ou seja,  $A$  converte-se em um numeral continente no conjunto dos números reais, com relação útil de grandeza  $>$  e  $+$  como uma operação ordinária de adição; logo, temos que o homomorfismo dentre os sistemas relacionais ocorre entre  $\langle A, \succ, \circ \rangle$  e  $\langle Re, \geq, + \rangle$  (Krantz, Luce, Suppes, & Tversky, 1971; Robert, 1985). Observando a questão do homomorfismo da teoria da mensuração sob um aspecto contábil, Ijiri (1967) afirma que os números irracionais são incomuns na contabilidade, mas por sua vez, apenas o números naturais seriam insuficientes para sua representação, logo, em contabilidade, as peculiaridades do grupo dos números racionais são as assumidas pelo autor para tratar o problema da representação na mensuração contábil.

Enquanto isso, o teorema da singularidade implica em demonstrar como a escala construída no teorema da representação é relacionado a outras escalas que poderiam representar de forma equivalente o atributo qualitativo sob estudo, por exemplo, quando a razão entre duas escalas de mensuração é constante; na mensuração contábil prática isso é evidente, do contrário, não seria possível converter livremente a unidade monetária entre, por exemplo, reais e dólares (Willet, 1987), afirmação essa contestada por Musvoto e Gouws (2010), que não assumem haver uma escala de razão nos moldes da teoria da mensuração na contabilidade.

Em ambiente contábil, a ramificação da teoria da mensuração a ser aplicada é a mensuração extensiva, sendo essa um conjunto de premissas, ou axiomas, formulados em



termos de ordenação e uma operação de concatenação entre objetos que permite a criação de uma escala que o satisfaça (Krantz et al., 1971). Willet (1987) expõe em linguagem matemática como a contabilidade é atribuída em um ambiente de mensuração extensiva, por meio da concatenação qualitativa ( $\circ$ ) de dois atributos contábeis ( $C_i$  e  $C_j$ ) consolidados ( $K$ ) que são juntamente validados pela escala de mensuração contábil ( $\alpha$ ), expresso na seguinte equação:  $Se (C_i, C_j) \in K \text{ então } \alpha(C_i \circ C_j) = \alpha(C_i) + \alpha(C_j)$ .

Considerando satisfeitos os problemas de representação e singularidade em ambiente de mensuração extensiva, Pike e Roos (2004) resumizam em seu estudo outras cinco condições da teoria da mensuração necessárias ao atendimento da mensuração em ambiente de negócios, sendo elas: Completude; Distinção; Concordância; Comensurabilidade e; Independência.

Completude corresponde ao fato de se o sistema a ser medido é a empresa como um todo, então os atributos da empresa que devem ser objeto de mensuração devem descrever completamente a empresa (Pike e Roos, 2004; Pike e Roos, 2007). Pode-se vincular esse pressuposto levantado pelos autores como uma releitura do problema de representação, pois o entendimento de Ijiri (1967, p. 13) em relação a representação dos conglomerados mensurados na contabilidade sugere essa intersecção, ao dizer que “no julgamento da utilidade da informação contábil, a perfeição da regra de representação relativa a classificação que o usuário da informação contábil quer é um problema importante”.

Distinção consiste em um atributo é aceitável como uma entidade a ser mensurada se não houver nenhum elemento do seu significado que esteja contido no significado de qualquer outro atributo, evitando uma dupla contagem de um mesmo elemento (Pike e Roos, 2004).

Concordância implica que o significado do atributo no sistema empírico é totalmente refletido no sistema numérico onde a mensuração é realmente tomada. Em outras palavras, o atributo não deve ser representado no sistema numérico por um *proxy* que tenha um significado diferente, é necessário garantir que as *proxies* – mensuradas de forma confiável e reproduzível - sejam aceitáveis (Pike e Roos, 2004; Pike e Roos, 2007). Nesse sentido, pode-se entender que não faria sentido mensurar, por exemplo, o custo da mercadoria vendida com base em um percentual de vendas, mas sim com base nas mercadorias de fato baixadas do estoque para realização da venda.

Comensurabilidade indica que para tornar as medidas e agregação subsequentes válidas, devem ser observadas usando uma escala de razão e ser normalizadas em uma escala comum e a falha ao se fazer isso poderá render conclusões sem significado extraídas dos dados. Em outras palavras, a escala de mensuração admitida na contabilidade tem de ser por razão ou absoluta (Pike & Roos, 2007). Willet (1987) explica que nenhuma outra escala além da por razão permite

livremente a mensuração contábil prática convertendo em conta a multiplicidade de unidades que podem surgir e o fato de um sistema de medição exigir um zero significativo para uma escala, todas as entradas de dados devem ser comensuráveis, o que, na prática, significa normalizável.

Independência concerne às relações entre as entidades que estão sendo mensuradas e exige que as condições matemáticas normais de comutatividade, associatividade, transitividade, monotonicidade e condição arquimediana sejam satisfeitas. Isso significa que a agregação a medidas abrangentes pode ser realizada com segurança (Pike e Roos, 2004).

Por comutatividade entende-se que a ordem dos operandos não altera o resultado final, ou seja,  $abc \sim cba$  (Robert, 1985, p. 123). Na contabilidade isso pode ser entendido como  $a$ ,  $b$  e  $c$  sendo integrantes de um conjunto  $A$  – ativo não circulante, por exemplo -, sendo assim, a alteração de ordem entre seus componentes na composição de  $A$  não deve impactar a grandeza do conjunto em questão.

Por associatividade entende-se que a alteração nos agrupamentos componentes da mensuração não altera seu resultado final, como  $a \circ (b \circ c) \sim (a \circ b) \circ c$  (Krantz et al., 1971; Robert, 1985). Isso pode ser convertido em linguagem contábil como o total do ativo manter-se inalterado independentemente do agrupamento de seus subgrupos, por exemplo, ativo circulante + ativo não circulante (Investimentos + Imobilizado + Intangível) tem total equivalência se o agrupamento fosse feito de forma diferente.

Por transitividade entende-se que se o valor  $a$  possui relação com  $b$  e, por sua vez,  $b$  possui relação com  $c$ ,  $a$  possui relação com  $c$  em relação igual, como  $a > b$  e  $b > c$ , logo,  $a > c$ , em aspectos contábeis, uma vez que a liquidez define a posição no Balanço Patrimonial, a liquidez é uma relação transitiva entre os componentes do ativo circulante, ou seja, se a liquidez do caixa é maior que a liquidez de clientes, que por sua vez é maior que de estoques, logo, a liquidez de caixa deve ser maior que a de estoque (Musvoto & Gouws, 2010).

Por monotonicidade entende-se que se  $a$  é maior que  $b$ , então adicionar o mesmo objeto  $c$  a cada um deles não deveria mudar essa situação, bem como tirar. Além disso, a ordem em que você adiciona  $c$  a  $a$  e  $b$  não deve importar (Krantz et al., 1971; Robert, 1985). Tal implicação sugere que não haver diferença de utilidade dentre os objetos de forma individual e combinada.

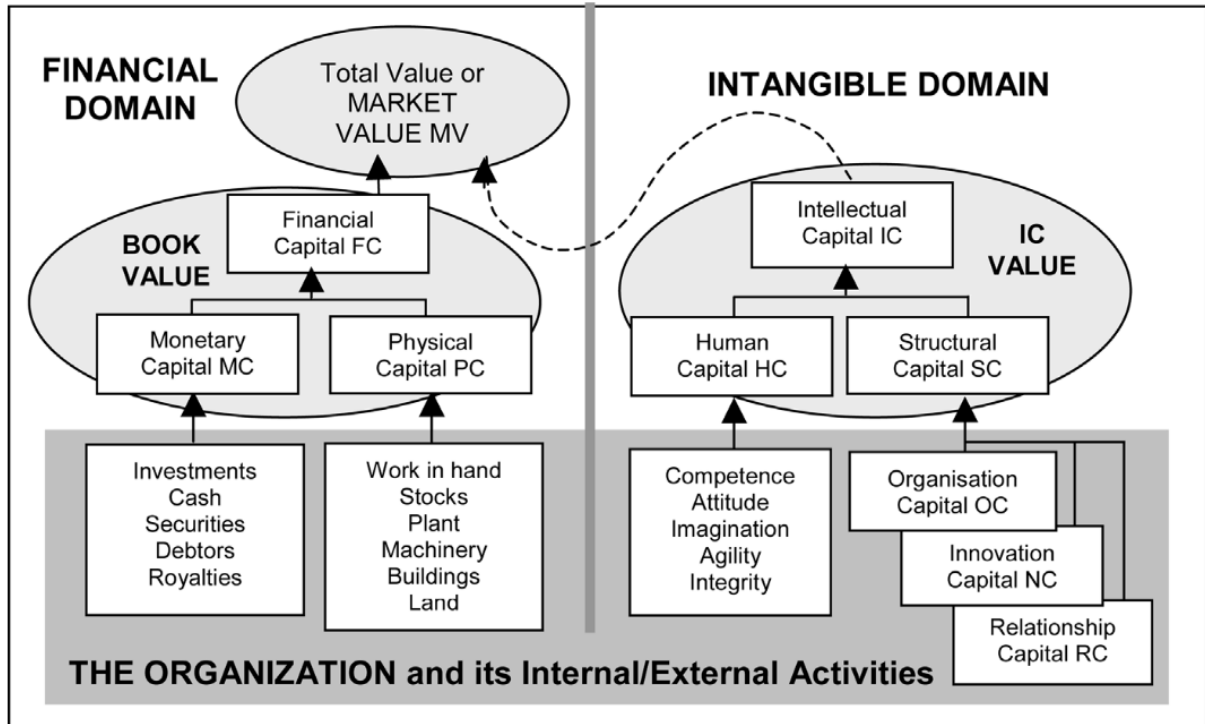
Por condição Arquimediana entende-se que para qualquer número positivo  $a$ , não importa o quão pequeno seja, e para qualquer número  $b$ , não importa quão grande seja, existe um número inteiro  $n$  tal que  $nx > y$ , que implica que qualquer número positivo é comparável e que a razão deles não é infinita (Krantz et al., 1971; Robert, 1985). Nesse caso, Ijiri (1967) utiliza como exemplo a medição de espaço de uma fábrica, que pode ser mensurada em

polegadas, pés ou jardas, mas a relação principal representada pela quantidade não é afetada pela escolha da unidade, o que na contabilidade pode-se traduzir como unidade monetária diferente entre os países.

### ***2.2.3 Reconhecimento e mensuração do capital intelectual***

Na visão de Mouritsen (2006), já há um alto volume de pesquisas em CI de âmbito ostensivo, e conclui em seu estudo que esse volume se trata de uma ambição em desenvolver a mensuração dos elementos do CI. Ao levar em consideração que “todas as medidas são uma inscrição bidimensional de um mundo tridimensional”, o autor levanta o seguinte questionamento: “por que esperamos que a medida torne a realidade visível? Por que essa medida arbitrará qualquer coisa e criará visibilidade útil?” (Mouritsen, 2006, p. 837). Não é trivial a insatisfação de Mouritsen (2006) se observá-la conjuntamente com a constatação de Andriessen (2004), quando este indica que mais de 30 métodos de mensuração de intangíveis e capital intelectual já foram propostos e complementa que esse alto volume de métodos de mensuração do CI pode ser caracterizado como uma solução em busca de uma causa por sofrer maior foco em soluções e menor foco nos problemas organizacionais de fato.

Analisando os fundamentos da teoria da mensuração, é possível perceber que o CI tem questões de mensuração fundamental ainda a serem desenvolvidas pelo fato de nenhum dos seus modelos de mensuração ser amplamente aceito em ambiente empresarial (Mouritsen, 2006; Noordin & Mohtar, 2013). Nessa linha de pensamento, M’Pherson e Pike (2001) separa o valor contabilizado da empresa do valor dos intangíveis, tratando aquele como domínio financeiro (*Financial Domain*) e este como domínio intangível (*Intangible Domain*), sendo que os autores entendem o valor contábil (BV) como a junção do capital monetário (MC) com o capital físico (PC). No domínio intangível, sua configuração se dá pelo valor estritamente do capital intelectual (ICV). O valor de mercado da empresa (MV) resultaria da junção desses dois domínios, ou seja,  $MV = BV + ICV$ .



**Figura 9.** Estrutura típica de CI conforme literatura

**Fonte:** “Accounting, empirical measurement and intellectual capital” de P. K. M’Pherson & S. Pike, 2001, *Journal of Intellectual Capital*, p. 252.

Essa visão dos autores refletida na Figura 9 foi baseada na classificação do capital intelectual proposta por Skandia (veja Marr, Schiuma, & Neely, 2004, p. 556), e a equação do valor de mercado não é possível sem considerar alguns pressupostos como sua distinção, independência, comensurabilidade e regras combinatórias (M’Pherson & Pike, 2001). Aceitáveis no domínio financeiro pela sua mensuração estritamente em valores monetários, no domínio intangível esses pressupostos falham, pois alguns dos componentes do capital intelectual, na prática, estão interconectados - quebrando a distinção e independência -, não são evidenciados em valores monetário – quebrando a comensurabilidade -, e não assumem propriedade aditiva, mas sim hierárquica de valores – quebrando regras combinatórias -.

Seguindo o pensamento de M’Pherson e Pike (2001) de confrontar as propriedades de mensuração do CI com pressupostos da teoria da mensuração, Pike e Roos (2004) avaliam oito métodos dos mais difundidos de mensuração do CI, sendo que nenhum deles assumiam compatibilidade plena com os pressupostos da teoria da mensuração analisados (Completeness, Distinction, Independence, Concordance e Comensurability), ou seja, os autores entendem que a teoria da mensuração pode ser a abordagem necessária ao CI para que este possa atingir com maior abrangência o âmbito empresarial.

Tabela 3

**Conformidade entre modelos de mensuração de CI e teoria da mensuração**

	Complete	Distinct	Ind.	Agreeable	Scale
Technology broker	Possible	Unlikely	No	Context specific	Ordinal
Value explorer	No	No	No	Yes	Nominal
VAIC™	Yes	No	No	Yes	Ratio
Skandia market value scheme	Unknown	No	No	No	Interval
IC index	No	Probably	Probably	Probably	Ratio
Intangible assets monitor	No	Possible	Possible	Possible	Ratio
Value creation index	No	Yes	Probably	Yes	Ratio
Balanced scorecard	No	No	No	Yes	Interval+

*Nota.* Fonte: Recuperado de “Mathematics and modern business management” de S. Pike & G. Roos, 2004, *Journal of Intellectual Capital*, p. 254.

É possível notar na Tabela 3 que, de acordo com Pike e Roos (2004), o método VAIC (*Value Added Intellectual Capital*) é um dos modelos que quase atende todos os pressupostos, exceto pela distinção e independência, o que pode ser explicado pelo fato do VAIC utilizar-se de valores registrados na contabilidade (como receita, custos, despesas com folha de pagamento, veja Noordin & Mohtar, 2013), o que implica em um problema residual de definição, ou seja, um registro incorreto em um componente fora do capital intelectual prejudicaria seu registro de forma direta.

Percebe-se que o estudo de Pike e Roos (2004) difere do presente trabalho no sentido de que os autores aplicaram os pressupostos da teoria da mensuração extensiva sobre os sistemas de mensuração do capital intelectual já propostos pela literatura, sendo que o presente estudo busca entender se o estado atual de divulgação voluntária do capital intelectual já se encontra ou o não se encontra afim desses pressupostos.

Nesse debate de relevância e método de como relatar confiavelmente e uniformemente a convergência do conhecimento corporativo, surge a figura das empresas da economia criativa como o agrupamento que, hipoteticamente, mais carece dos resultados desse debate, dada sua natureza, reforçando a justificativa de escolha desse agrupamento para estudo do tema. No próximo capítulo, são apresentadas as escolhas metodológicas adotadas pelo estudo sustentadas pelas reflexões e análises sob aspectos teóricos levantados nesse capítulo.

### 3 Procedimentos Metodológicos

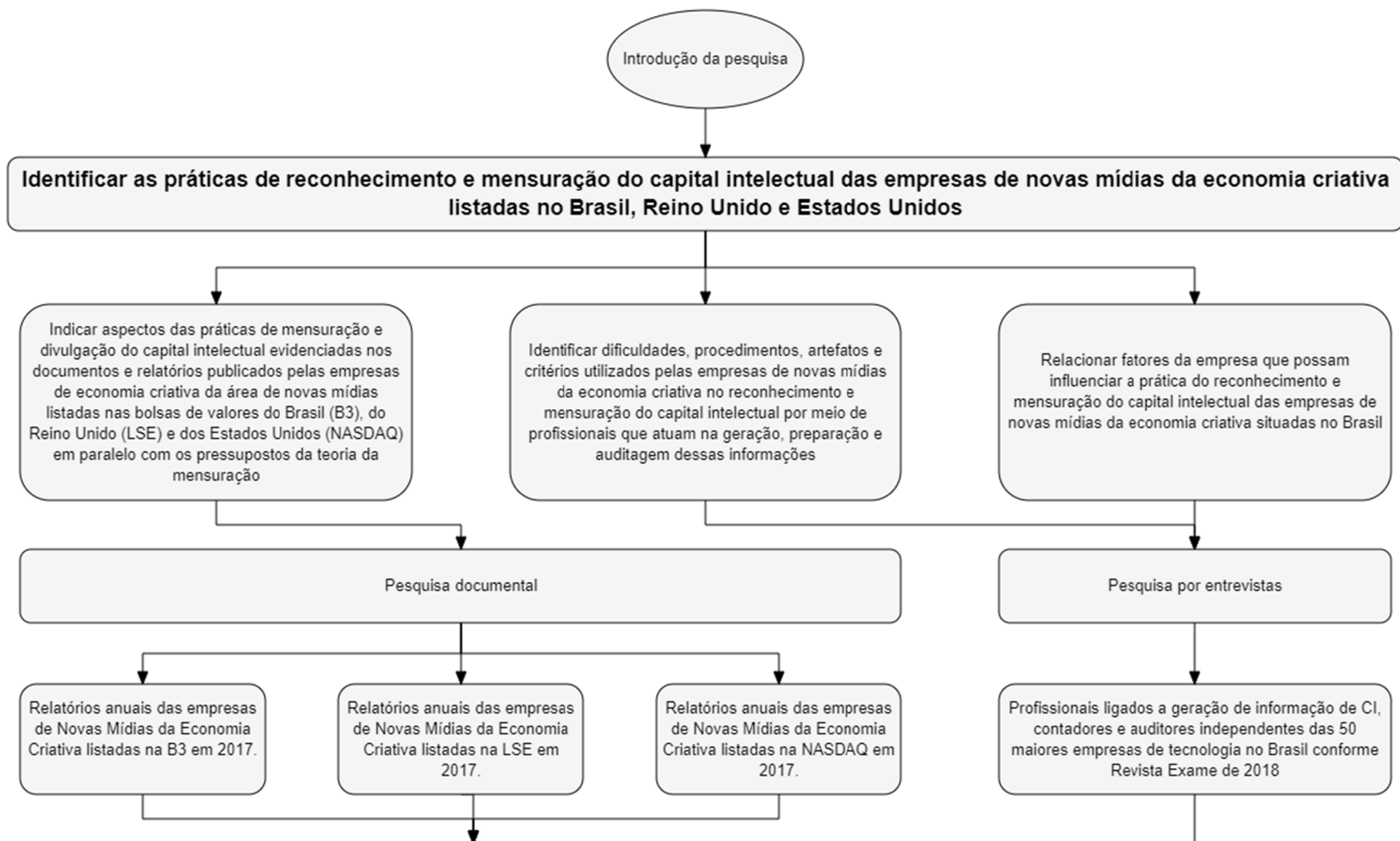
Nesse capítulo são descritos os procedimentos metodológicos adotados para o presente estudo a fim de atender seu objetivo geral. Para tanto, cada passagem do objetivo geral terá sua respectiva viabilização por meio dos fundamentos utilizados para a determinação de seus objetivos específicos.

A presente pesquisa enquadra-se como do tipo descritiva, que é o tipo de pesquisa que “observa, registra, analisa e correlaciona fatos ou fenômenos (variáveis) sem manipulá-los” (Cervo, Bervian & Silva, 2007, p. 61); com coleta dados por meio de duas técnicas distintas, onde a primeira se deu por uma coleta do tipo documental em relatórios contábeis anuais das empresas da economia criativa, com a finalidade de identificar as práticas de reconhecimento e mensuração já declaradas; e a outra técnica se deu por entrevistas semiestruturadas, para atender a proposta de identificar as práticas de reconhecimento e mensuração do capital intelectual não declaradas nos relatórios financeiros das empresas da economia criativa.

Sem pretensão de explorar a evolução da evidenciação do capital intelectual no tempo ou ainda entender se os pressupostos da teoria da mensuração foram absorvidos de forma gradativa no tempo, o período explorado pelo presente estudo foi delimitado à verificação dos relatórios contábeis referentes a competência de 2017.

A Figura 10 mostra o desenho da pesquisa de forma resumida e em fluxograma, a fim de evidenciar as amarrações dentre os objetivos da pesquisa com as técnicas de coletas e análise dos dados adotadas para o alcance de tais objetivos.

Em seções posteriores, foi detalhado o campo de estudo explorado, bem como suas delimitações necessárias à viabilidade do estudo e os procedimentos adotados para a coleta e análise sistemática dos dados, sendo todas elas separadas dentre a coleta de dados por meio documental e por meio de entrevistas, respeitando as peculiaridades metodológicas de cada uma dessas fases do estudo.



Continua...

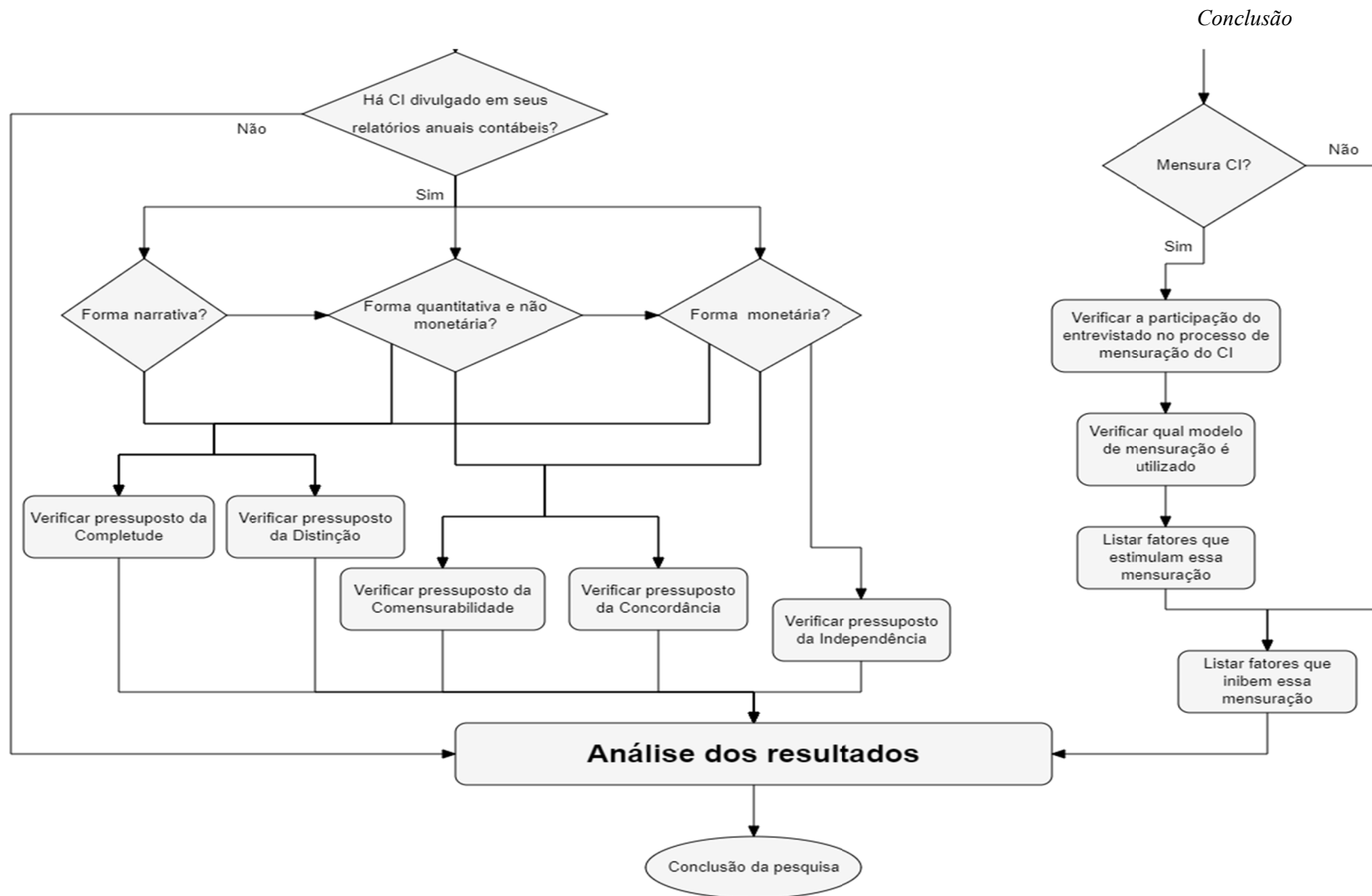


Figura 10. Desenho da pesquisa



### 3.1 Delimitação da amostra

O campo de estudo adotado pelo presente trabalho foi a economia criativa, mais especificadamente, a área de Novas Mídias (UNCTAD, 2010), que compreende as empresas relacionadas a criação de softwares, videogames e conteúdo digital criativo. Na visão da FIRJAN (2016), corresponde a área de tecnologia, que compreende ainda Pesquisa & Desenvolvimento, Tecnologia da Informação e Biotecnologia, sendo a segunda área da economia criativa que mais empregou no país e, ainda, a primeira a título de remuneração de seus profissionais envolvidos (FIRJAN, 2016). Com a finalidade de encontrar intersecção entre a categorização da FIRJAN (2016) e UNCTAD (2010), as indústrias criativas de Biotecnologia e Pesquisa & Desenvolvimento foram desconsideradas por esse estudo.

O setor de novas mídias foi escolhido considerando como parâmetro o ranque Global 2000 da revista Forbes de 2018, que dentre as dez maiores empresas do mundo, a única da economia criativa é a Apple, empresa que enquadra-se no setor de novas mídias em criações funcionais, causando de forma preliminar a constatação de que, dentre as empresas da economia criativa, o grupo que mais se destaca globalmente é de novas mídias.

O aspecto documental da pesquisa visou não somente analisar o capital intelectual divulgado voluntariamente pelas empresas da economia criativa, mas também comparar tais práticas dentre as nações abordadas pelo estudo. Foram selecionadas empresas listadas nas Bolsas de Valores do Brasil (B3), Estados Unidos (NASDAQ) e Reino Unido (LSE). A *National Association of Securities Dealers Automated Quotations* (NASDAQ) foi escolhida por se tratar da bolsa de valores que concentra as maiores empresas de tecnologia dos Estados Unidos e a *London Stock Exchange* (LSE), considerando a maturidade do setor de economia criativa no Reino Unido, baseando-se no pioneirismo de políticas públicas do DCMS direcionadas ao setor de economia criativa.

A seleção inicial de empresas nas três bolsas de valores sob estudo seguiu o critério de serem empresas do setor ou segmento de tecnologia (exceto de telecomunicações, rádio e TV), de qualquer nacionalidade. Tal setor foi utilizado como filtro inicial por abranger empresas com atuação no mercado equivalente a descrição de novas mídias da economia criativa. Essa seleção inicial retornou um total de 326 empresas, que posteriormente teve seu número reduzido por algumas delas não terem os relatórios necessários para o estudo publicados em seus website oficiais ou por não se enquadrarem na definição de novas mídias em análise posterior, resultando em uma amostra final de 8 empresas listadas na B3, 104 listadas na LSE e 105

listadas na NASDAQ. O resumo de todo esse processo de delimitação da amostra explorada pelo estudo pode ser visualizado pela Tabela 4.

Tabela 4

**Empresas componentes da amostra documental do estudo**

<b>Descrição</b>	<b>B3</b>	<b>LSE</b>	<b>NASDAQ</b>	<b>Total</b>
(=) Empresas do setor tecnologia listadas em bolsa de valores	8	160	158	326
(-) Empresas com <i>annual report</i> não localizado	-	39	35	74
(-) Empresas que não se enquadram na definição de novas mídias	-	17	18	35
<b>(=) Total da amostra</b>	<b>8</b>	<b>104</b>	<b>105</b>	<b>217</b>

A amostra documental do trabalho possui sua relevância quando se considera que, em junho de 2018, o website da revista Forbes (2018) divulgou uma atualização de sua listagem anual das 2.000 maiores empresas do mundo, utilizando de uma métrica baseada em vendas, ativos, lucro e valor de mercado (igualmente ponderados). Essa listagem possui filtro por atividades e das 2.000 maiores, 49 são de atividades de tecnologia (Hardwares e softwares computacionais, equipamentos de comunicação e congêneres), categorização condizente com a categorização de Novas Mídias em Criações Funcionais da UNCTAD (2010). Das 49 maiores empresas de tecnologia do mundo, 19 estão compreendidas na amostra desta pesquisa, denotando uma participação global relevante de alguns dos componentes da amostra, também pelo fato das quatro maiores do setor constantes no levantamento da Forbes estarem incluídas na amostra desse estudo.

Em atenção ao outro aspecto da coleta de dados da pesquisa, por meio de entrevista semiestruturada com os profissionais relacionados ao reconhecimento e mensuração do capital intelectual das empresas brasileiras, a seleção inicial da amostra foi realizada com base na listagem das 50 maiores empresas categorizadas como “mundo digital” atuantes no mercado brasileiro, com base nas suas vendas líquidas, divulgada pela revista Exame (2018). A categorização utilizada pela revista entra em maioria de acordo com a de novas mídias adotada pelo estudo, porém, ainda foram extraídas dessa seleção inicial um total de sete empresas, classificadas como de varejo e atacado, por não se adequarem a tal definição.

Nessas empresas da seleção inicial listadas na Tabela 5, os profissionais buscados a contribuir com o estudo foram aqueles relacionados com a geração, preparação e auditoria de informações relacionadas ao capital intelectual da empresa, a fim de captar quais são os fatores que circulam a prática de reconhecimento e mensuração não detectáveis em relatórios publicados. Os profissionais relacionados à geração dessa informação foram aqueles em liderança de áreas evidentemente conectadas de maneira direta ao capital intelectual, como

recursos humanos, pesquisa & desenvolvimento, controladoria, dentre outras. No caso dos profissionais relacionados a preparação do capital intelectual para posterior divulgação, os contadores e *controllers* dessas empresas foram o público-alvo e; em questão dos profissionais relacionados a auditoria dessas informações, os auditores independentes que atuam ou já tenham atuado em empresas listadas nessa seleção serão o público-alvo.

Tabela 5

**Empresas componentes da amostra de entrevistas do estudo**

	<b>Empresa</b>	<b>Setor</b>
1	Samsung	Eletroeletrônicos
2	LG	Eletroeletrônicos
3	HP	Indústria digital
4	IBM	Indústria digital
5	Accenture	Serviços
6	Google	Indústria digital
7	Siemens	Eletroeletrônicos
8	Serpro	Indústria digital
9	Cisco	Indústria digital
10	SAP	Indústria digital
11	Ericsson	Eletroeletrônicos
12	TecBan	Indústria digital
13	Positivo tecnologia	Indústria digital
14	Oracle	Indústria digital
15	Microsoft Mobile	Eletroeletrônicos
16	CA Technologies	Indústria digital
17	Intelbras	Eletroeletrônicos
18	Totvs	Indústria digital
19	Panasonic	Eletroeletrônicos
20	Multilaser	Eletroeletrônicos
21	Huawei	Eletroeletrônicos
22	Digibras	Indústria digital
23	Westcon Brasil	Indústria digital
24	Dataprev	Indústria digital
25	Pageseguro	Serviços
26	Tivit	Indústria digital
27	Stefanini IT Solutions	Indústria digital
28	BB Tecnologia e Serviços	Indústria digital
29	Prodesp	Indústria digital
30	Semp TCL	Eletroeletrônicos
31	Globenet	Indústria digital
32	Fidelity	Serviços
33	UOL	Indústria digital
34	Diebold	Indústria digital
35	Simpres	Serviços
36	CSU	Serviços
37	T-Systems	Indústria digital
38	Technicolor	Indústria digital
39	M4U	Serviços
40	Algar Tech	Serviços
41	OKI Brasil	Indústria digital
42	Thomson Reuters Brasil	Indústria digital
43	CI&T Software	Indústria digital

A seleção final de participantes desse aspecto do estudo foi determinada por meio de saturação, que consiste em um fechamento amostral por meio da “suspensão de inclusão de

novos participantes quando os dados obtidos passam a apresentar, na avaliação do pesquisador, certa redundância ou repetição” (Fontanella, Ricas & Turato, 2008, p. 19). Essa saturação foi considerada isoladamente entre os participantes da gestão, divulgação e auditagem do capital intelectual, ou seja, se saturado o discurso sobre o tema entre os profissionais relacionados a gestão do capital intelectual nas empresas, isso não implicará uma seleção final quanto ao grupo de divulgação do capital intelectual, tendo este que atingir sua própria saturação.

Como complemento às entrevistas, uma busca realizada em sites de notícias das mesmas empresas da amostra foi realizada a fim de identificar publicações capazes de responder os tópicos levantados pelo roteiro de entrevista.

### **3.2 Coleta dos dados**

A coleta de dados realizada nas empresas listadas nas bolsas de valores foi realizada por meio de pesquisa documental, que tange a coleta de dados através de documentos expostos por meios escritos ou outros meios tais como relatórios, cartas, estudos, avaliações e etc. (Martins & Theóphilo, 2016). Nesse aspecto da pesquisa, foram observados os relatórios anuais (Demonstrações contábeis, notas explicativas, formulário de referência, relatórios da administração e relato integrado) e congêneres coletados da Brasil, Bolsa e Balcão - B3 e das empresas listadas na NASDAQ e LSE, como sendo os relatórios continentes de evidenciação voluntária, evidenciação essa condizente com o capital intelectual, uma vez que não há regulamentação de seu reconhecimento e mensuração.

Para tanto, o *framework* habitualmente utilizado na literatura para explorar a divulgação de capital intelectual foi utilizada, a fim de captar de forma padronizada os mesmos componentes de capital intelectual em todas as empresas. Nesse estudo, adotou-se a estrutura divulgada por Bozzolan, Favotto e Ricceri (2003), dada sua composição estar alinhada com as definições exploradas em seções anteriores, sem deixar de concatenar com as estruturas apresentadas também por outros autores (Tabela 6).

Tabela 6

**Framework de Capital Intelectual**

<b>Grupo do Capital Intelectual</b>	<b>Componentes</b>	<b>Autores</b>
Capital Estrutural	Patentes	- Bozzolan, Favotto & Ricceri (2003) - Brennan (2001) - Guthrie (2006)
	Direitos de uso ( <i>Copyrights</i> )	
	Marcas registradas	
	Cultura corporativa	
	Processos gerenciais	
	Sistemas de informação	
	Sistemas de rede	
	Filosofia de gerenciamento	
	Relações financeiras	
Projetos de pesquisa	- Bozzolan, Favotto & Ricceri (2003)	
Capital Relacional	Marcas	- Brennan (2001) - Guthrie (2006)
	Clientes	
	Lealdade de clientes	
	Acordos de licença	
	Acordos de franquia	
	Canais de distribuição	
	Colaborações de negócios	
	Nome da empresa	
	Colaborações de pesquisas	
Contatos financeiros	- Bozzolan, Favotto & Ricceri (2003)	
Capital Humano	<i>Know-how</i>	- Bozzolan, Favotto & Ricceri (2003) - Brennan (2001) - Guthrie (2006)
	Educação	
	Competência relacionada ao trabalho	
	Conhecimento relacionado ao trabalho	
	Qualificação vocacional	
	Espírito empreendedor	
	Empregados	

Para posterior triangulação dos resultados, foi adotada também a técnica de coleta por entrevistas semiestruturadas, por se tratar de uma técnica que consegue extrair da realidade fenômenos a partir da percepção de pessoas envolvidas no contexto daquele fenômeno (Martins & Theóphilo, 2016).

Nesse momento, seguiu-se um roteiro de entrevista (veja Apêndice C) elaborado com base em hipóteses levantadas em pesquisas anteriores que, por ser entrevista semiestruturada, foi utilizado como questões mínimas a serem trabalhadas nas entrevistas. Tais entrevistas foram realizadas tanto de forma presencial quanto por videoconferência, sem prejuízo de atendimento do objetivo da pesquisa, dado que o produto final seria sua transcrição para posterior análise dos dados.

Para início desse momento de coleta de dados, foi enviada a carta de apresentação (veja Apêndice B) à 35 das 43 empresas componentes da amostra inicial (Tabela 5) por meio de canais oficiais de comunicação, como o relacionamento com o investidor, recursos humanos ou fale conosco, tendo como retorno apenas 9, que desses, 8 alegaram não poder contribuir com a pesquisa por motivos diversos - dentre tais motivos, alguns como o fato da empresa não

disponibilizar de pessoas para essa atividade ou a empresa se encontrar sob processo de reestruturação - ou, simplesmente, não apresentou motivo algum.

Uma segunda tentativa foi realizada por meio de contatos facilitadores da aproximação a essas empresas, onde foi conseguido contato com 22 pessoas atuantes em setores como RH e Contabilidade dessas mesmas empresas, tendo retorno apenas de uma pessoa. Por fim, uma terceira tentativa foi realizada por meio da rede social LinkedIn, efetuando um convite formal há mais de 8 profissionais da área de pesquisa & desenvolvimento, RH e Contabilidade dessas empresas, não obtendo retorno de nenhum deles.

Ao final da coleta, apenas 3 convidados concederem entrevista para a presente pesquisa, não proporcionando alcance de uma saturação. Após a realização da entrevista, foi realizada sua transcrição a partir de sua gravação em vídeo para posterior análise dos dados, com duração mínima de 34 minutos, e máxima de 45 minutos, perfazendo uma duração média de 38 minutos, todas ocorridas dentre abril e julho de 2019. Os entrevistados estão distinguidos dentre A, B e C e sua transcrição foi disponibilizada a uma avaliação paralela ao presente trabalho por parte de sua banca avaliadora, não havendo necessidade de sua inclusão nos apêndices.

As publicações feitas pelas empresas em seus sites de notícias foram coletadas por meio de palavras-chave nos campos de busca dessas páginas. Além da palavra chave “Capital intelectual”, outras possível intitulações de CI foram adicionadas, como “Ativos Intangíveis”, “Ativos do Conhecimento”, “Capital Humano” (Marr & Moustaghfir, 2005) e “Goodwill” (Antunes & Martins, 2002), para que as notícias relacionadas ao CI dessas empresas não fossem descartadas em decorrência do termo utilizados nelas. Como corte temporal, foram coletadas notícias dentre o período de janeiro de 2008 a junho de 2019, extrapolando em alguns meses o período de dez anos, com o intuito de não levantar notícias defasadas em relação as atuais práticas adotadas pelas empresas em relação a mensuração de seu CI.

Adicionalmente foram coletadas publicações das empresas voltadas a divulgação de informações relacionadas ao seu capital intelectual. A coleta foi realizada nos websites e demais canais de relacionamento das empresas; da amostra de 43 empresas, apenas uma não disponibilizava website no período da pesquisa. Das 42 empresas restantes, 11 não apresentaram uma seção direcionada a publicações. Das 31, 22 não tiveram publicações continentes das palavras-chave empregadas pelo estudo, resultando em um total de 37 publicações de 11 empresas, das quais, apenas 7 publicações de 6 empresas puderam contribuir com as informações buscadas pela presente pesquisa. Evidentemente, que nem todas as questões levantadas pelo roteiro foram atendidas, mas as contribuições conseguidas foram

categorizadas e compuseram as frequências de cada categoria *a posteriori* do instrumento de análise, a ser exposto no decorrer dessa seção.

Um resumo do tramite para definição do volume final de publicações analisadas foi resumidamente delineado na Tabela 7.

Tabela 7

**Volume de publicações analisadas**

<b>Descrição</b>	<b>Empresas</b>	<b>Publicações</b>
(=) Empresas componentes na amostra de entrevistas	43	-
(-) Empresas sem website ou seção destinadas a publicações	12	-
(=) Empresas com canal próprio de publicação de notícias	31	-
(-) Empresas sem publicações que contivessem alguma das palavras-chave	22	-
(=) Publicações com alguma das palavras-chave em seu conteúdo	11	37
(-) Publicações que não continham informações sobre mensuração do CI	5	30
<b>(=) Total de publicações analisadas</b>	<b>6</b>	<b>7</b>

Em seção posterior, são apresentados os procedimentos metodológicos adotados para a análise dos dados obtidos da coleta descrita até o momento, bem como a justificativa de sua adoção.

### 3.3 Análise dos dados

De forma geral, tanto para os dados obtidos por pesquisa documental quanto aqueles obtidos por entrevistas, adotou-se como técnica de análise de dados a análise de conteúdo (AC), técnica de análise a ser utilizada no presente trabalho por visar “estudar e analisar a comunicação de maneira objetiva e sistemática” (Martins & Theóphilo, 2016, p. 98).

Entende-se que a análise de conteúdo se fez o método de análise de resultados mais condizente com o objetivo do presente trabalho quando comparada com a análise documental, uma vez que Bardin (2002) descreve a análise de documental como aquela que permite passar de um documento primário para um secundário, convertendo-os, por exemplo, em resumos ou em uma indexação.

No caso da análise de conteúdo, Bardin (2012) a difere daquela descrevendo que esta não busca apenas condensar as informações para consulta e armazenagem, mas sim a manipulação dessas mensagens para evidenciar indicadores que permitam inferir sobre uma outra realizada que não a da mensagem, o que se aplica adequadamente a análise dos relatórios anuais das empresas sob a ótica da teoria da mensuração.

Uma vez fixada a análise de conteúdo como técnica de análise a ser utilizada, formulou-se categorias para uma análise mais objetiva e ordenada dos dados, possibilitando o uso posterior de frequências e outras medidas da estatística exploratória, onde alguns critérios importantes foram observados quanto a cada categoria, como a homogeneidade (os grupos de

categorias devem ser uniformes em seu significado), exaustividade (nenhuma unidade de registro do texto deve ficar sem categoria), exclusividade (um mesmo elemento não deve poder ser classificado em duas categorias diferentes), objetividade (diferentes análises não deve mudar a interpretação da classificação de um mesmo evento) e pertinência (categorias condizentes com o estudo que origina a análise), onde o atendimento desses critérios deve ser capaz de ocasionar resultados férteis em índices, hipóteses novas ou em dados certos (Bardin, 2002; Oliveira, 2008).

### 3.3.1 Análise dos dados obtidos por documentos

Em sequência, indo além de quais classificações as informações dos relatórios anuais foram submetidas no capital intelectual, foi indicado também a forma que essas informações foram divulgadas, totalmente pertinente para continuidade do passo seguinte, que seria a análise de sua conformidade com os pressupostos da teoria da mensuração apresentados, para isso, utilizou-se a listagem de indicadores aplicada por Guthrie et al. (1999, como citado em Brennan, 2001), onde os códigos utilizados foram:

- 0 = item não apareceu no relatório anual;
- 1 = item apareceu no relatório anual de forma narrativa;
- 2 = item foi dado no relatório anual em valores numéricos não monetários e;
- 3 = item foi dado no relatório anual em valores monetários.

A verificação de condições necessárias e suficientes da mensuração divulgada voluntariamente pelas empresas foi baseada nos pressupostos da teoria da mensuração elencados por Pike e Roos (2004), alguns corroborados por M'Pherson e Pike (2001), com aprofundamento dos expostos por Krantz et al. (1971), Robert (1985) e Ijiri (1967). As definições necessárias para tal verificação seguem expostas na Tabela 8, a saber:

Tabela 8

#### **Pressupostos da teoria da mensuração a serem validados na divulgação voluntária do capital intelectual.**

<b>Pressupostos</b>	<b>Autores</b>	<b>Descrição</b>	<b>Aplicação ao Capital Intelectual</b>
Compleitude	Pike & Roos, 2004; Pike & Roos, 2007.	Os atributos da empresa que devem ser objeto de mensuração devem descrever completamente a empresa.	O valor divulgado de CI tem de estar de acordo com sua definição.

*Continua...*



Continuação

Pressupostos	Autores	Descrição	Aplicação ao Capital Intelectual
Distinção	Pike & Roos, 2004; Pike & Roos, 2007.	Distinção consiste em um atributo é aceitável como uma entidade a ser mensurada se não houver nenhum elemento do seu significado que esteja contido no significado de qualquer outro atributo, evitando uma dupla contagem de um mesmo elemento	A composição dos valores de CI divulgado não pode conter valores já registrados em contras contas contábeis.
Comutatividade	Pike & Roos, 2004; Pike & Roos, 2007; Robert, 1985.	A ordem dos operandos não altera o resultado final, ou seja, $abc \sim cba$ .	Os valores componentes do CI divulgado não podem perder significado ao terem sua ordem alterada dentro do CI.
Monotonicidade	Krantz et al., 1971; Pike & Roos, 2004; Pike & Roos, 2007; Robert, 1985.	Se $a$ é maior que $b$ , então adicionar o mesmo objeto $c$ a cada um deles não deveria mudar essa situação, bem como tirar. Além disso, a ordem em que você adiciona $c$ a $a$ e $b$ não deve importar.	O acréscimo de qualquer valor igualmente a dois componentes do CI não pode modificar sua grandeza ( $>$ ) de um em relação a outro.
Associatividade	Krantz et al., 1971; Pike & Roos, 2004; Pike & Roos, 2007; Robert, 1985.	Por associatividade entende-se que a alteração nos agrupamentos componentes da mensuração não altera seu resultado final, como $a \circ (b \circ c) \sim (a \circ b) \circ c$ .	O valor total de CI não pode sofrer influencia a partir de alterações do agrupamento de seus componentes.
Transitividade	Krantz et al., 1971; Musvoto & Gouws, 2010; Pike & Roos, 2004; Pike & Roos, 2007; Robert, 1985.	Se o valor $a$ possui relação com $b$ e, por sua vez, $b$ possui relação com $c$ , $a$ possui relação com $c$ em relação igual, como $a > b$ e $a > c$ , logo, $a > c$ .	Os valores de CI devem ser capazes de serem dispostos de forma ordinária.
Condição Arquimediana	Ijiri, 1967; Krantz et al., 1971; Pike & Roos, 2004; Pike & Roos, 2007; Robert, 1985.	Para qualquer número positivo $a$ , não importa o quão pequeno seja, e para qualquer número $b$ , não importa quão grande seja, existe um número inteiro $n$ tal que $nx > y$ , que implica que qualquer número positivo é comparável e que a razão deles não é infinita.	A unidade de medida escolhida para mensurar o CI não deve mudar sua proporção em relação ao grupo quando houver troca dessa unidade de medida.

Continua...

Pressupostos	Autores	Descrição	Aplicação ao Capital Intelectual
Concordância	Pike & Roos, 2004; Pike & Roos, 2007.	O significado do atributo no sistema empírico é totalmente refletido no sistema numérico onde a mensuração é realmente tomada. Em outras palavras, o atributo não deve ser representado no sistema numérico por uma <i>proxy</i> que tenha um significado diferente, é necessário garantir que as <i>proxies</i> – mensuradas de forma confiável e reproduzível – sejam aceitáveis	Os valores do CI devem ser disponibilizados com base naquilo que seu componente sugere, por exemplo, conhecimento dos empregados mensurado a partir do montante de pagamentos realizados a título de treinamentos.
Comensurabilidade	Pike & Roos, 2007; Willet, 1987.	Comensurabilidade indica que para tornar as medidas e agregação subsequentes válidas, devem ser observadas usando uma escala de razão e ser normalizadas em uma escala comum e a falha ao se fazer isso poderá render conclusões sem significado extraídas dos dados.	O valor de CI não pode ser passível de conversão para valores não naturais, para que possam ser comparáveis com outros componentes das demonstrações contábeis.

Traduzindo em termos da análise de conteúdo, os componentes dos relatórios anuais contábeis que estiveram de acordo com a definição de capital intelectual do estudo foram considerados unidades de registro, que poderão ser em forma de parágrafos, quadros, gráficos ou tabelas (Bardin, 2012). Tais unidades de registro foram codificadas conforme os códigos de forma de apresentação (1, 2 ou 3) e listagem apresentada na Tabela 8, codificação essa correspondente a etapa de transformação das unidades de registro para posterior agrupamento em categorias, sendo elas capital estrutural, relacional ou humano (Bardin, 2012; Gondim & Bendassolli, 2014). Após a organização dos dados obtidos do *corpus* – relatórios anuais contábeis -, é dado o momento de sua interpretação, que nesse estudo foi justamente a presença ou ausência de conformidade com os pressupostos da teoria da mensuração. Um recorte do quadro a ser utilizada na análise do *corpus* é demonstrado na Tabela 9.

Vale ressaltar que, quando a unidade de registro assumiu uma codificação narrativa, somente foi verificado o atendimento de completude e distinção, dada a ausência de componente numéricos para checagem de outros pressupostos. Quanto a forma de apresentação quantitativa, por sua natureza numérica não monetária, não foi realizada a verificação dos pressupostos da independência (comutatividade, monotonicidade, associatividade, transitividade e condição arquimediana), dado que a ausência da conversão monetária nessa

forma de apresentação já elimina tais pressupostos da teoria pela perda de comparabilidade com outros elementos da contabilidade financeira.

Tabela 9

**Recorte do quadro de análise categorial de conteúdo da fase documental**

<b>Categoria</b>	<b>Codificação</b>	<b>Unidade de registro</b>	<b>Interpretação (Há ou Não há)</b>
Capital Estrutural	Patentes	1 = item apareceu no relatório anual de forma narrativa	Parágrafos; Quadros; Tabelas; Gráficos. Completude Distinção
		2 = item foi dado no relatório anual em valores numéricos não monetários	Parágrafos; Quadros; Tabelas; Gráficos. Completude Distinção Concordância Comensurabilidade
		3 = item foi dado no relatório anual em valores monetários.	Parágrafos; Quadros; Tabelas; Gráficos. Completude Distinção Independência Concordância Comensurabilidade

**3.3.2 Análise dos dados obtidos por entrevistas e publicações**

Além da análise de conteúdo realizada sobre o aspecto documental da pesquisa, foi utilizada também a análise de conteúdo sobre as transcrições oriundas do aspecto de entrevistas, a fim de constatar práticas de mensuração não identificáveis em relatórios contábeis divulgados, além de fatores motivadores ou inibidores das práticas de reconhecimento e mensuração do capital intelectual.

A análise de conteúdo será empregada também nessa fase da pesquisa dada sua forma de acesso ao objeto, pois a análise de conteúdo não visa explorar o sentido do texto ou da fala, como a análise de discurso, mas sim explorar a materialidade linguística através das condições empíricas do texto por meio de categorizações, sem preocupações com possíveis opacidade na fala (Caregnato & Mutti, 2006).

Nesse momento da pesquisa, houve a distinção de cinco grupos categoriais que nortearam a formulação do roteiro de entrevista do estudo, sendo eles: a caracterização do entrevistado, a relação do entrevistado com capital intelectual mensurado; as práticas de mensuração do capital intelectual; a motivação do reconhecimento e mensuração do capital intelectual e os fatores que dificultam (ou impedem) o reconhecimento e mensuração do capital intelectual. Todas essas categorias foram definidas com a intenção de explorar por indução as práticas de mensuração não possíveis de serem identificadas somente em contato com os

relatórios expostos publicamente pela contabilidade e passam a ser, por consequência, norteadoras do roteiro de entrevista.

Tabela 10

**Quadro prévio de análise de conteúdo categorial da fase de entrevistas**

<b>Categorias</b>	<b>Subcategorias</b>	<b>Codificação</b>	<b>Unidade de registro</b>
Caracterização do entrevistado	Perfil do entrevistado	Sem codificação prévia	Parágrafo ou frases
Relação do entrevistado com o CI da empresa	Relação do entrevistado com o CI da empresa	Gera a informação	Parágrafo ou frases
		Prepara a informação	Parágrafo ou frases
		Audita a informação	Parágrafo ou frases
Prática de mensuração	Método de mensuração do CI	Método listado por Pike & Roos (2004)	Parágrafo ou frases
		Método próprio por consultoria	Parágrafo ou frases
		Método próprio sem consultoria	Parágrafo ou frases
		Não mensura	Parágrafo ou frases
	O que é importante ser mensurado do CI	Sem codificação prévia	Parágrafo ou frases
Áreas envolvidas na mensuração		Contabilidade/Controladoria	Parágrafo ou frases
		Recursos Humanos	Parágrafo ou frases
		Marketing	Parágrafo ou frases
Objetivos da empresa		Vantagem competitiva	Parágrafo ou frases
		Reputação da empresa	Parágrafo ou frases
		Gap entre valor contábil e de mercado	Parágrafo ou frases
		Atração de investimentos/investidores	Parágrafo ou frases
Fatores da empresa que influenciam a mensuração do CI	Perfil da empresa	Idade da empresa	Parágrafo ou frases
		Concentração de capital	Parágrafo ou frases
		Quantidade de empregados	Parágrafo ou frases
		Porte	Parágrafo ou frases
		Quantidade de bolsas em que está listada	Parágrafo ou frases
		Local da sede	Parágrafo ou frases

De maneira preliminar, para o primeiro e segundo grupo, o objetivo é identificar as características próprias do entrevistado e sua percepção quanto a capital intelectual e a posição do profissional em relação ao processo de mensuração e divulgação deste na empresa ou nas

empresas de economia criativa (quando o entrevistado puder responder por mais de uma, como o caso de um auditor), sendo possível que o entrevistado atue diretamente em áreas envolvidas na geração dessa informação (como o caso da área de recursos humanos, pesquisa & desenvolvimento, dentre outras), ou na sua preparação para divulgação (sendo o caso de contadores ou *controllers*), ou na sua auditoria (sendo o caso de auditores independentes). No aspecto estrito de caracterização do entrevistado, optou-se por não adotar codificação prévia, a fim de estimular o processo de indução quanto ao perfil de profissionais que se relacionam diretamente com a mensuração do CI – tempo de atuação na empresa, experiência profissional, formação, dentre outros aspectos -, sem precedentes na revisão da literatura realizada por este estudo.

Para o terceiro grupo, os modelos de mensuração já divulgados na literatura e resumidos por Pike e Roos (2004) – demonstrados na Tabela 3 - são adotados como hipóteses de codificação de maneira flexível, sem induzir qualquer resposta do entrevistado ou forçar a resposta em uma codificação já existente no roteiro. Além disso, não somente o modelo, mas se tudo que a literatura do CI aponta como seu componente é tratado pela empresa como algo relevante a ser reconhecido e mensurado e quais áreas estão envolvidas com a geração de informações para tal, não sendo nesse caso adotada uma codificação *a priori*, a fim de que as respostas do entrevistado proporcionem resultados de como as empresas se organizam quanto a prática de reconhecimento e mensuração de seu CI, independentemente da literatura.

Para o grupo de fatores que possam influenciar as empresas a mensurar e divulgar seu capital intelectual, as categorias preliminares foram determinadas com base na própria definição de economia criativa, uma vez que esse agrupamento busca promover a criatividade, a convergência do conhecimento e a tecnologia avançada, logo, o reconhecimento e mensuração do capital intelectual pode ser uma vantagem competitiva dentre o grupo com esse tipo de característica (quanto mais CI, melhor); além disso, as empresas podem demasiar esforços na divulgação do capital intelectual na busca de mais investidores, explicar o *gap* entre valor contábil e valor de mercado, e ainda melhorar a reputação da empresa (Guthrie, 2006; Liu & Wang, 2012).

Os resultados de CI não divulgado em relatórios contábeis anuais e entrevistas que acabaram ocorrendo com profissionais que atuam em empresas que não mensuram o CI não tiveram seus dados descartados, compondo, ainda assim, os resultados do presente estudo com sua respectiva interpretação.

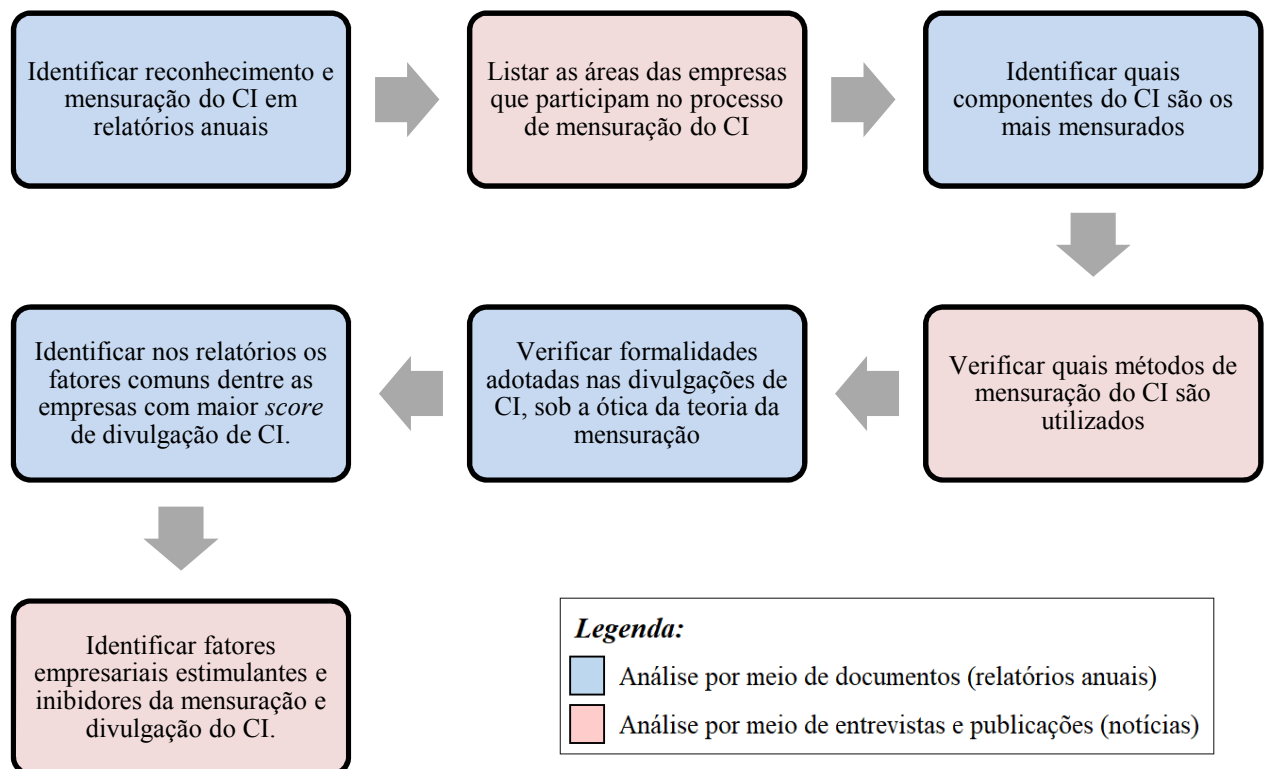
As publicações realizadas pelas empresas, coletadas pela presente pesquisa, foram submetidas ao mesmo instrumento de análise utilizado nas transcrições das entrevistas, dado

que o objetivo de levantar tais publicações foi justamente o de captar informações adicionais as indagações que compõe o roteiro. Todavia, a fim de adequação, apenas os grupos de perguntas “Práticas de mensuração” e “Fatores da empresa” foram utilizados na categorização, em decorrência da ausência de um interlocutor no momento da coleta.

### 3.3.3 Triangulação dos resultados

Com o intuito de trazer maior confiança para os resultados levantados pelo presente estudo, buscou-se mais de uma fonte de evidências, sendo uma coleta de dados por documentos e outra por entrevistas, conforme já exposto em seções anteriores; esse processo é intitulado como triangulação dos dados, e permite garantir que as descobertas trazidas pelo estudo sejam mais acuradas, possibilitando um estilo corroborativo de pesquisa (Martins & Theóphilo, 2016).

Nesse sentido, foi elaborado um desenho de como se deu o processo de triangulação adotado pela pesquisa, como pode-se ver na Figura 11, onde fica destacado quais dessas análises ficam incumbidas à análise por documentos e à análise por entrevistas, evidenciando como todas as verificações e identificações se inter-relacionam nas técnicas de coleta e análise de dados adotadas.



**Figura 11.** Triangulação dos resultados

Após a identificação de componentes mensurados nos relatórios anuais já divulgados, foi explorado também quais as áreas da empresa – Contabilidade, Controladoria, Recursos Humanos, etc. – participam da mensuração e preparação dessas informações para posterior divulgação, além de quais os componentes do CI são os mais divulgados, confrontando se esses dois aspectos se inter-relacionam. Subsequentemente, foi verificado também quais os métodos de mensuração do CI as empresas adotaram para tal divulgação, além de quais formalidades da mensuração extensivas são percebidas com tal adoção. Por fim, foi analisado quais os fatores da empresa – Idade da empresa, quantidade de empregados, etc. - são comuns entre aquelas que possuem maiores e menores escores de divulgação de CI, além de outros fatores que possam estimular ou inibir a mensuração do mesmo.

## 4 Análise E Síntese Dos Resultados

Neste capítulo, descreve-se, analisa-se e interpreta-se os dados coletados na pesquisa, pela categorização de dados coletados, de modo a transformá-los em informações, possibilitando encontrar as respostas à questão formulada.

Foram realizadas a análises dos resultados obtidos por meio dos relatórios anuais, na sequência, a análise sobre os resultados obtidos por meio de entrevistas e publicações realizadas pelas empresas e, por fim, a triangulação de todos os resultados da pesquisa.

### 4.1 Relatórios anuais

Iniciando a análise quanto ao capital intelectual divulgado pelas empresas em seus relatórios anuais, foi realizada a categorização da forma dessa divulgação dentre quatro possibilidades com base na estrutura proposta por Guthrie (1999, como citado em Brennan, 2001), sendo elas: não apresentação, a apresentação de forma narrativa, de forma quantitativa não monetária ou de forma puramente monetária.

Tabela 11

#### **Frequência da forma de apresentação de componentes do CI**

Forma de apresentação	Quantidade			Total
	B3	LSE	NASDAQ	
Componentes não apresentados	127	1.887	1.842	3.856
Componentes apresentados de forma narrativa	20	33	68	121
Componentes apresentados de forma numérica não monetária	9	112	127	248
Componentes apresentados de forma monetária	20	256	273	549
<b>Total</b>	<b>176</b>	<b>2.288</b>	<b>2.310</b>	<b>4.774</b>

A Tabela 11 assume uma somatória total de 4.774 observações pelo fato da amostra ser composta de 217 empresas, sendo analisados 22 componentes de capital intelectual nos relatórios anuais de cada uma delas. Os resultados da investigação denotam que volume de componentes de CI não divulgados nas três bolsas de valores ainda é considerável, assumindo um total de 3.856 componentes não divulgados pelas empresas da amostra, correspondendo a aproximadamente 81% do total analisado. Entretanto, considerando a forma adotada pelos componentes divulgados, há um volume maior de componentes apresentados de forma monetária, o que mostra uma mudança na forma de divulgação desde as investigações



realizadas por Brennan (2001), Bozzolan, Favotto e Ricceri (2003), onde esses autores encontraram um maior volume de divulgação de forma qualitativa por parte das empresas.

Dessa apresentação na forma monetária, a maior parte de evidência de capital intelectual encontrada foi em agrupamentos denominados como ‘ativos intangíveis’, o que permite inferir que a maior parte do capital intelectual divulgado de forma monetária é aquela já regulamentada por órgãos contábeis, denotando que a temática possui pouca aderência voluntária por parte das empresas analisadas.

Mudando o enfoque do capital intelectual divulgado para seus agrupamentos – Estrutural, Relacional ou Humano -, a Tabela 12 apresenta o agrupamento mais divulgado pelas empresas em seus relatórios anuais como o capital estrutural, com 8,11%, contra 6,16% de capital relacional e 4,96% de capital humano, o que indica uma sutil mudança no agrupamento mais divulgado de CI desde a pesquisa de Bozzolan, Favotto e Ricceri (2003), quando o agrupamento mais divulgado identificado foi o do capital relacional.

Tabela 12

**Frequência de apresentação de componentes do capital intelectual (sintético)**

	<b>Capital Estrutural</b>	<b>%</b>	<b>Capital Relacional</b>	<b>%</b>	<b>Capital Humano</b>	<b>%</b>	<b>Subtotal</b>	<b>%</b>	<b>Não apresentou</b>	<b>%</b>	<b>Total</b>	<b>%</b>
B3	34	19,32	4	2,27	11	6,23	<b>49</b>	<b>27,84</b>	127	72,16	<b>176</b>	<b>100</b>
LSE	163	7,12	121	5,29	117	5,11	<b>401</b>	<b>17,53</b>	1887	82,47	<b>2288</b>	<b>100</b>
NASDAQ	190	8,23	169	7,32	109	4,72	<b>468</b>	<b>20,26</b>	1842	79,74	<b>2310</b>	<b>100</b>
<b>Total</b>	<b>387</b>	<b>8,11</b>	<b>294</b>	<b>6,16</b>	<b>237</b>	<b>4,96</b>	<b>918</b>	<b>19,23</b>	<b>3856</b>	<b>80,77</b>	<b>4774</b>	<b>100</b>

Entretanto, essa mudança de agrupamento mais divulgado apenas pode ser considerada sutil quando desconsideradas as empresas listadas na B3, por estas demonstrarem uma proporção de capital estrutural divulgado consideravelmente maior em relação as listadas na LSE e NASDAQ, o que pode ser explicado pela divulgação padronizada das marcas registradas no formulário de referência.

Tornando analíticos os resultados já apresentados pela Tabela 12, a Tabela 13 indica horizontalmente quantas empresas de cada bolsa de valores divulgou cada um dos 22 componentes do CI investigados, onde considera-se que a quantidade indicada para cada componente é o número de empresas que divulgaram aquele componente.

Tabela 13

**Frequência de apresentação de componentes do capital intelectual (analítico)**

<b>Componente do CI</b>	<b>B3</b>	<b>%</b>	<b>LSE</b>	<b>%</b>	<b>NASDAQ</b>	<b>%</b>	<b>Total</b>	<b>%</b>
Patentes	5	2,84	32	1,40	63	2,73	<b>100</b>	<b>2,09</b>
Direitos de uso ( <i>Copyrights</i> )	3	1,70	2	0,09	5	0,22	<b>10</b>	<b>0,21</b>
Marcas registradas	8	4,55	-	-	-	-	<b>8</b>	<b>0,17</b>
Cultura corporativa	-	-	1	0,04	2	0,09	<b>3</b>	<b>0,06</b>
Processos gerenciais	8	4,55	1	0,04	1	0,04	<b>10</b>	<b>0,21</b>
Sistemas de informação	8	4,55	59	2,58	30	1,30	<b>97</b>	<b>2,03</b>
Sistemas de rede	-	-	-	-	-	-	-	-
Projetos de pesquisa	2	1,14	68	2,97	89	3,85	<b>159</b>	<b>3,33</b>
Marcas	-	-	32	1,40	58	2,51	<b>90</b>	<b>1,89</b>
Clientes	3	1,70	52	2,27	82	3,55	<b>137</b>	<b>2,87</b>
Lealdade de clientes	-	-	22	0,96	10	0,43	<b>32</b>	<b>0,67</b>
Canais de distribuição	-	-	6	0,26	4	0,17	<b>10</b>	<b>0,21</b>
Colaborações de negócios	1	0,57	6	0,26	12	0,52	<b>19</b>	<b>0,40</b>
Colaborações de pesquisas	-	-	1	0,04	-	-	<b>1</b>	<b>0,02</b>
Contatos financeiros	-	-	-	-	-	-	-	-
Acordos de licença	-	-	2	0,09	2	0,09	<b>4</b>	<b>0,08</b>
Acordos de franquia	-	-	-	-	1	0,04	<b>1</b>	<b>0,02</b>
<i>Know-how</i>	-	-	1	0,04	-	-	<b>1</b>	<b>0,02</b>
Educação	2	1,14	16	0,70	4	0,17	<b>22</b>	<b>0,46</b>
Empregados	8	4,55	95	4,15	102	4,42	<b>205</b>	<b>4,29</b>
Conhecimento relacionado ao trabalho	1	0,57	2	0,09	1	0,04	<b>4</b>	<b>0,08</b>
Competência relacionada ao trabalho	-	-	3	0,13	2	0,09	<b>5</b>	<b>0,10</b>
<b>Subtotal</b>	<b>49</b>	<b>27,84</b>	<b>401</b>	<b>17,53</b>	<b>468</b>	<b>20,26</b>	<b>918</b>	<b>19,23</b>
Não apresentado	127	72,16	1887	82,47	1842	79,74	<b>3856</b>	<b>80,77</b>
<b>Total</b>	<b>176</b>	<b>100</b>	<b>2288</b>	<b>100</b>	<b>2310</b>	<b>100</b>	<b>4774</b>	<b>100</b>

*Nota.* Total de empresas analisadas: 8 da B3; 104 da LSE; 105 da NASDAQ.

Quanto as empresas listadas na B3, informações como empregados, marcas, patentes e processos gerenciais são componentes que possuem níveis percentuais (4,55%) idênticos, pelo fato da estrutura padrão dos formulários cadastrais e de referência analisados, que trazem em sua composição requisitos mínimos informacionais que abrange tais componentes, conforme previsto na Instrução CVM nº 480 de 2009, em seus Anexos 22 e 24.

Nas empresas listadas na LSE, indicadores financeiros (EBITDA, Faturamento, Fluxo de caixa, total do ativo, etc.) ainda são adotados de forma ampla nos *Annual Reports*, sendo raro o destaque de indicadores não financeiros nesses relatórios, resultando em baixa evidência de indicadores que retratariam algum aspecto do capital intelectual. Analisando especificadamente o capital humano, no quesito de treinamentos, muitos relatórios anunciaram

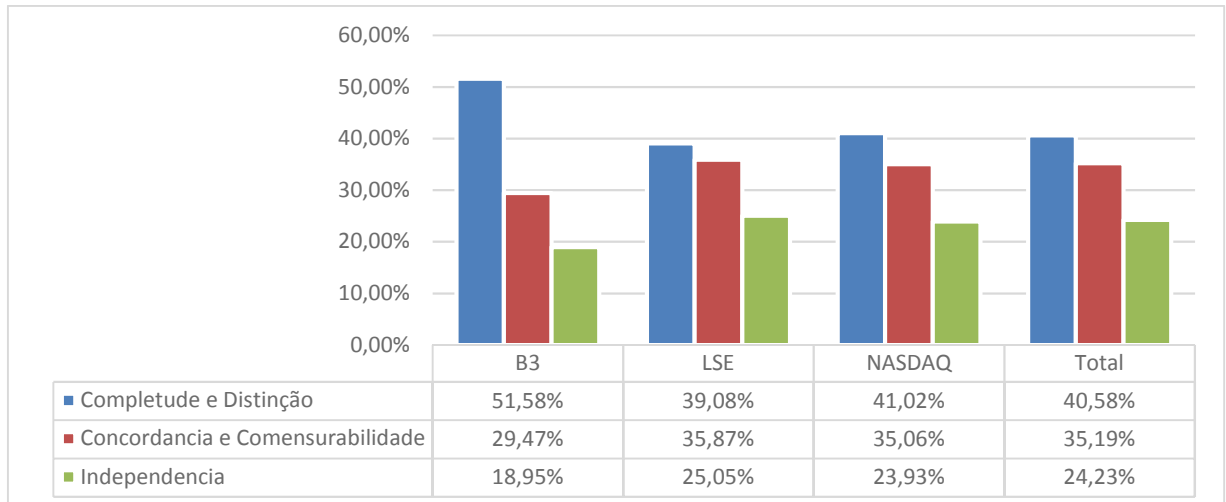
sua prática, mas isso não foi considerado suficiente para categorização no *framework* adotado pelo trabalho por falta de uma descrição mais analítica de quantos treinamentos – em horas ou quantidade –, em qual equipe e qual objetivo específico, não atendendo assim pressupostos básicos como o da completude e distinção.

Quanto as empresas listadas na NASDAQ, por seguirem as normas emitidas pela *U.S. Securities and Exchange Commission* (SEC), foi analisado o *Form 10-k* como equivalente ao *Annual Report* das empresas listadas na LSE, seguindo uma configuração de apresentação semelhantemente padronizada às empresas listadas na B3.

As empresas analisadas da bolsa de Londres e da NASDAQ tiveram os mesmos componentes com maior destaque, sendo eles os ‘projetos de pesquisa’, ‘clientes’ e ‘empregados’, apresentados por mais da metade das empresas analisadas dessas bolsas de valores, denotando uma prática de apresentação comum desses eventos no grupo estudado.

No momento da análise de atendimento de pressupostos da mensuração extensiva nos componentes de CI divulgados, foi possível verificar os pressupostos da completude e distinção em todas as informações analisadas, porém, pela ausência da *proxy* de mensuração nos relatórios anuais, considerou-se que as apresentações de CI na forma quantitativa atenderam pressupostos da concordância e comensurabilidade e apresentações na forma monetária atenderam ainda, por inferência, o pressuposto da independência. Essa observação conduz a interpretação dos dados para a capacidade das empresas de atenderem os pressupostos, e não de seu atendimento propriamente dito.

Na Figura 12 foram apresentados de forma sintética os pressupostos possivelmente atendidos pelas empresas listadas na B3, LSE, NASDAQ e o total desprezando a bolsa em questão. Pelo total, percebe-se que as empresas listadas na B3 assumem um maior volume de apresentação de CI com capacidade para atendimento dos pressupostos da completude e da distinção, ficando, por conseguinte, abaixo das empresas listadas nas outras bolsas de valores quando analisada a possibilidade de atendimento dos demais pressupostos.



**Figura 12.** Frequência relativa dos pressupostos da teoria da mensuração possivelmente atendidos

Tanto as empresas listadas na LSE quanto na NASDAQ apresentam uma homogeneidade quanto as proporções de componentes de possível atendimento aos pressupostos da concordância, comensurabilidade e, isoladamente, da independência. Esse resultado demonstra que as empresas listadas na B3 são menos voluntárias na conversão de componentes de CI da forma narrativa para a forma quantitativa ou monetária em relação as empresas listadas nas demais bolsas.

Para a elaboração da Tabela 14, os dados foram acumulados em formato de escore, onde o valor máximo a ser obtido seria se todos os componentes fossem apresentados de forma monetária (3 pontos) e todos os pressupostos da teoria da mensuração fossem considerados na apresentação dessas informações (1 ponto para cada um dos 5 pressupostos), totalizando 176 pontos, ou seja, o escore assume grau dentre 0 e 176 pontos.

Tabela 14

**Escore de mensuração e divulgação do CI**

	Média	Desvio-Padrão	Mín	Máx
B3	33	15	16	56
LSE	26	12	0	51
NASDAQ	29	10	5	50

*Nota.* Intervalo assumido pelo escore dentre 0 e 176 pontos.

Apesar de valores próximos de escore médio, as empresas listadas na B3 assumem uma média e dispersão maiores, e isso se deu em decorrência de uma única empresa da amostra ter englobado em seu grupo de relatórios anuais divulgados o relato integrado, relatório esse que

traz em sua configuração padrão as informações relacionados ao capital humano e capital social (veja Vasconcelos, Sabes, & Robles, 2015).

Concluindo a análise dos resultados obtidos por relatórios anuais, são apresentados os fatores que possivelmente influenciam a mensuração do CI, onde os fatores considerados aqueles de possível extração dos relatórios anuais, como a idade das empresas e a quantidade de empregados, a fim de verificar de forma descritiva se tais fatores podem ter relação com a mensuração e divulgação do capital intelectual, após cruzamento com os outros resultados a serem obtidos por meio de entrevistas e publicações.

A Tabela 15 apresenta as médias aritméticas das idades e quantidades de empregados das empresas analisadas conforme a bolsa de valores em que está listada, bem como sua dispersão e valores mínimos e máximos identificados.

Tabela 15

**Fatores gerais das empresas analisadas**

Bolsa	Idade das empresas				Quantidade de empregados			
	Média	Desvio-Padrão	Mín	Máx	Média	Desvio-Padrão	Mín	Máx
B3	26	10	13	48	2.066	2.498	6	7.528
LSE	24	17	1	81	5.862	38.592	5	366.600
NASDAQ	23	12	2	71	8.140	23.559	0	132.000

Com base nos resultados apresentados, é possível perceber que a idade das empresas abrangidas pelo estudo são muito próximas entre si, entretanto, a bolsa de Londres demonstrou abranger uma distância maior dentre as idades das empresas listadas, tanto pelo seu desvio-padrão quanto pelos seus valores mínimo e máximo. No que se refere a quantidade de empregados, as empresas listadas na NASDAQ demonstram um volume médio maior de empregados, porém, por ter menos dispersão que as empresas listadas na LSE, pode-se assumir a mesma consideração abordada quanto a idade.

Pelo fato de nenhuma proporção, inversa ou direta, de idade ou quantidade empregados ter se destacado em relação ao escore de divulgação de CI, não é possível assumir apenas com a análise exploratória dos dados que tais fatores empresariais possam ter relação com a divulgação do CI.

Como forma de promover uma análise mais objetiva dos resultados obtidos dos relatórios anuais, a Tabela 16 sumariza os achados de maior destaque de forma comparativa dentre as bolsas de valores utilizadas para seleção de empresas da amostra.

Tabela 16

**Resumo comparativo dentre as empresas analisadas por bolsa de valores**

	B3	LSE	NASDAQ
<b>Grupo do CI mais divulgado</b>	- Capital estrutural	- Capital estrutural	- Capital estrutural
<b>Grupo do CI menos divulgado</b>	- Capital relacional	- Capital humano	- Capital humano
<b>Componentes de CI mais divulgados</b>	- Marcas registradas - Processos gerenciais - Sistemas de Informação - Empregados	- Sistemas de Informação - Projetos de pesquisa - Clientes - Empregados	- Patentes - Projetos de pesquisa - Clientes - Empregados
<b>Componentes de CI menos divulgados</b>	- Colaborações de negócios - Conhecimento relacionado ao trabalho - Educação - Projetos de pesquisa	- Cultura corporativa - Processos gerenciais - Colaborações de pesquisas - Know-how	- Processos gerenciais - Acordos de franquia - Conhecimento relacionado ao trabalho
<b>Maior escore de mensuração e divulgação do CI</b>	56	51	50
<b>Menor escore de mensuração e divulgação do CI</b>	16	0	5

Na Tabela 16 destaca-se que o perfil das empresas listadas na B3 difere-se em relação ao perfil das empresas listadas na LSE e NASDAQ, ambas mais homogêneas entre si. O capital relacional aparece como grupo com menos componentes mensurados e divulgados apenas na B3, sendo o capital humano nas demais, por exemplo.

Além disso, tanto projetos de pesquisa quanto informações relacionadas aos clientes das empresas estão dentre o componente do CI mais divulgado tanto na LSE quanto na NASDAQ, sendo que na B3 nenhum desses componentes estão dentre os mais divulgados, pelo contrário, projetos de pesquisa é um dos componentes menos divulgados pelas empresas listadas na B3.

Vale ressaltar que na elaboração da Tabela 16, quando listados os componentes menos mensurados e divulgados, foram desconsiderados os componentes que não foram encontrados em nenhuma das empresas listadas naquela bolsa, por entender que não se trata de menos divulgados, mas sim de nenhuma divulgação.

## 4.2 Entrevistas e publicações das empresas

Nessa seção estão concentradas as análises dos resultados obtidos estritamente por entrevistas e publicações realizadas pelas empresas. Iniciando a análise no que se refere a prática de mensuração do CI, foi realizado um recorte do roteiro de entrevistas das perguntas voltadas a essa verificação com suas respectivas frequências de respostas por categorização, acrescentado as essas frequências os dados coletados em publicações.

Para compreensão do perfil dos participantes da pesquisa por meio das entrevistas, foi realizado um recorte do roteiro de entrevistas que se destinou a caracterização dos entrevistados, com sua respectiva frequência de repostas após seu conteúdo analisado, a fim de sumarizar e padronizar as respostas.

Tabela 17

### Caracterização dos entrevistados e sua relação com o CI

Categoria	Subcategoria	Codificação	Frequência	
Caracterização do entrevistado	Anos de atuação na empresa	0-10 anos	1	
		10-20 anos	1	
		20-30 anos	1	
	Área da empresa que atua	Contabilidade / Controladoria	Presidência	3
				1
	Atuação da empresa como economia criativa	Entende que atua	3	
	Se a empresa divulga o CI	A empresa divulga CI	Provavelmente divulga	1
			Provavelmente não divulga	1
				1
	Relevância da mensuração do CI na percepção do entrevistado		Muito relevante	1
			Parcialmente relevante	1
			Parcialmente irrelevante	1
	Relação do entrevistado com o CI	Papel da sua área na mensuração do CI	Prepara/divulga a informação	1
Não tem participação			2	

O que se percebe ao analisar a Tabela 17 – oriunda desse recorte - é uma heterogeneidade no perfil dos entrevistados que, em resumo, possuem atuação nas empresas dentre 3 e 30 anos, todos envolvidos com a área de contabilidade e controladoria, com distintas visões quanto a divulgação do capital intelectual pelas empresas em que atuam e que divergem quanto a percepção do grau de relevância da mensuração do capital intelectual.

Vale ressaltar que no momento da entrevista em que há o questionamento do papel da área do entrevistado com o CI, o que se pôde perceber é que suas repostas se tratava de suposições por parte do entrevistado, pois nenhum deles assumiu ter participação na mensuração do CI de suas empresas.

Tabela 18

**Práticas de mensuração baseadas nas entrevistas e publicações**

Categoria	Subcategoria	Codificação	Frequência		
			Entrevistas	Publicações	Total
Prática de mensuração	Métodos de mensuração utilizados pela empresa	Consultoria	1	-	1
		Método específico desenvolvido pela empresa	-	2	2
		Não mensura de forma quantitativa ou monetária	2	-	2
	Componentes de CI mensurados pela empresa	Marcas & Patentes	1	-	1
		Treinamentos	1	-	1
		Pesquisa & Desenvolvimento	1	1	2
		A empresa não mensura CI	2	-	2
	Outras áreas da empresa que preparam informação de CI para mensuração	Recursos humanos	-	1	1
		Pesquisa & Desenvolvimento	-	1	1
		Não soube dizer	3	-	3

Em observação da Tabela 18, percebe-se que os métodos de mensuração do CI com maior frequência são os específicos da empresa, codificados dessa forma por serem métodos utilizados através de softwares com indicadores diversos de capital intelectual humano, entretanto, essa constatação foi feita a partir apenas através das publicações feitas pelas empresas, pois os entrevistados, de forma geral, acusaram não ter praticado ou participado de alguma prática de mensuração das empresas em que atuam.

A categorização da empresa como praticante de um método de mensuração próprio de seu capital intelectual ocorreu a partir do anúncio de um software adotado para esse fim, como indicado pela CA Technology (2015, par. 3), que evidenciou o uso de um software para a mensuração de seu capital humano “CA Technologies Global Information Systems recently implemented a Human Capital Management (HCM) program to continuously develop the organization's most critical asset - its people.”

Já no caso da IBM (2018, par. 10), essa categorização se deu em decorrência da quantificação monetária dos benefícios proporcionados pela adoção de serviços de inteligência artificial por parte da sua área de recursos humanos:



Novos recursos também podem evitar conteúdo enviesado na linguagem de descrição dos postos de trabalho, por exemplo. Esses serviços geraram mais de US\$ 300 milhões em benefícios para a companhia, resultado de uma significativa satisfação de candidatos, funcionários e gerentes. Essa experiência já está sendo aplicada fora da empresa. A IBM já possui mais de 1000 projetos de transformação de Recursos Humanos em todo o mundo.

Quando em uma das entrevistas surge a consultoria como método de mensuração utilizado pela empresa, o entrevistado B se referiu ao *goodwill* mensurado em casos de combinação de negócios, através da emissão do laudo conhecido como PPA (*Purchase Price Allocation*), nas demais mensurações pertinentes ao capital intelectual, não houve uma indicação de um método específico.

O que se destaca desses resultados é que nenhum método de mensuração mencionado na literatura é utilizado pelas empresas estudadas, o que pode ser justificado pelo apontamento realizado por Veltri e Bronzetti (2015), quando os pesquisadores evidenciam a fraqueza dos modelos de mensuração já existentes e que os indicadores do CI devem ser construídos a partir da perspectiva da empresa e não de um ponto de vista neutro.

Conforme os dados apresentados na Tabela 18, os componentes apontados pelos entrevistados como mensurados pela empresa resumiram-se a ‘marcas & patentes’, ‘treinamentos’ e ‘pesquisa & desenvolvimento’, habitualmente levantados pela literatura (veja Edvinsson & Malone, 1998; Engström, Westnes & Westnes, 2003; Gamerschlag & Moeller, 2011; Noordin & Mohtar, 2013), porém, como o entrevistado B, autor dessas respostas, não participa do processo de preparação ou mensuração dessas informações, ele as listou com base no conhecimento que possui sobre o relatório anual da empresa, logo, essas informações duplicaram no estudo pelo fato da empresa fazer parte também da amostra da parte documental da presente pesquisa.

Quando investigadas quais as áreas que preparam as informações de capital intelectual para mensuração e divulgação, foi possível apenas basear-se nas notícias publicadas pelas empresas sobre CI, as únicas áreas que aparecem como aquelas envolvidas na preparação das informações de CI para mensuração são as de ‘recursos humanos’ e ‘pesquisa & desenvolvimento’. Nas entrevistas, nenhum dos entrevistados indicou outra área da empresa que realizasse sua preparação para ou sua mensuração.

Questionados quanto a relevância do CI em suas percepções, os entrevistados vincularam tal percepção à fatores que influência também sua mensuração, como por exemplo o ponto destacado pelo Entrevistado C, que não entende como relevante a mensuração isolada do capital intelectual, mas sim dos benefícios que o mesmo pode gerar para a empresa, visão

essa que o entrevistado diz assumir não por demérito ao capital intelectual, mas por alguns fatores como a desproporcionalidade do custo/benefício da mensuração de algo tão dinâmico.

Eu não sei se ela tá preocupada com a mensuração do capital intelectual, eu acho que ainda não, eu acho que ela tá preocupada com o resultado final . . . então eu acho que o foco tá mais no benefício que isso vai me trazer, mesmo que eu não consiga medir isso diretamente . . . porque ele é dinâmico, o capital intelectual que eu tenho hoje, daqui 5 anos pode não servir pra nada, porque mudou e as pessoas não mudaram. . . Por isso que é importante você mensurar o processo.

Esse ponto levantado pelo Entrevistado C é importante quando interpretado que as empresas ainda não mensuram o capital intelectual que vai além do já regulamentado por uma possibilidade de ainda estar em consolidação o que é, de fato, capital intelectual e como ele pode contribuir para a empresa.

Tabela 19

**Frequências de respostas obtidas por entrevistas e publicações**

Categoria	Subcategoria	Codificação	Frequência		
			Entrevistas	Publicações	Total
Fatores da empresa que influenciam a mensuração do CI	Fatores estimulantes	Vantagem competitiva e benchmarking	1	3	4
		Atração de investidores e investimentos	1	-	1
		Melhorar reputação da empresa	1	-	1
		Promoção e retenção dos recursos humanos	2	2	4
	Fatores inibidores	Ausência de método formal de mensuração	3	-	2
		Custo x benefício da mensuração	1	-	1
		Interpretação do aspecto de propriedade e controle do CI	2	-	2
		Baixa interação entre os departamentos da empresa	1	-	1

Quando analisados os resultados apresentados pela Tabela 19, percebe-se que os entrevistados e as publicações convergem em mais pontos, em especial, nos fatores estimulam a mensuração do capital intelectual.

Ao levantar os fatores que estimulam a mensuração do capital intelectual, em suas publicações, as empresas os anunciam principalmente em forma de vantagem competitiva em relação as outras e/ou como um esforço de promoção de seus recursos humanos, enquanto que os entrevistados assume outros fatores, além desses, como a atração de investidores e uma melhora na reputação da empresa.

Vale destacar que a codificação ‘promoção e retenção dos recursos humanos’ não foi assumida *a priori* no corpus do questionário, porém, como visto sua frequência de indicação, foi incorporada *a posteriori*, a partir de alguns destaques das entrevistas, como o do Entrevistado A, ao indicar que “a retenção de talentos e a continuidade e perpetuidade do sucesso inclui o pilar do capital intelectual na empresa”; fator também apontado pelo Entrevistado B, quando dito:

Eu acho que [a mensuração do capital intelectual] serviria pra atrair talentos . . . pessoas que tenham um interesse em aprender, crescer profissionalmente, que queiram se desenvolver, ela sabe que aquela empresa é uma empresa que investe nas pessoas e que dá essas oportunidades de aprendizado e de desenvolvimento. . . eu acho que seria essa preocupação da própria empresa com seus funcionários, independentemente de gerar um retorno imediato pra companhia, mas que gera um retorno pra sociedade de uma forma geral.

O fator ‘promoção e retenção dos recursos humanos’ também parece ressaltado no momento de análise de publicações feitas pelas empresas, quando a IBM (2018, par. 10), ao divulgar seus diferenciais obtidos por meio do desenvolvimento e adoção de inteligência artificial, inclui a promoção de capital humano em sua abordagem:

Os novos serviços e ferramentas de IA . . . também permitem que a área de recursos humanos consiga medir o risco de um funcionário deixar a empresa e, dessa forma, implementar planos proativos de retenção e utilizar análise de sentimento para detectar insatisfações dos empregados.

Já a ‘vantagem competitiva’ surge como fator estimulante tanto em entrevistas quanto em notícias, pelo fato da mensuração do capital intelectual ser interpretada como um diferencial dentre as empresas, tal mensuração pode ser considerada uma vantagem por si só, independentemente de seu resultado, como denota o ponto ressaltado pelo Entrevistado C:

A gente veio com um modelo de empresa, com um modelo de gestão, que funcionou até o século passado, agora, quase em meados, partindo pra meados desse século, a gente tem que pensar fora da caixinha e essa interação intelectual é o que vai fazer a diferença, porque o resto bota na máquina e a máquina faz.

Entretanto, como o próprio trecho indica, não a mensuração em uma perspectiva externa é estimulada, mas sim a capacidade que essa mensuração proporcionaria ao melhor gerenciamento interno desse capital intelectual, e desse gerenciamento, a vantagem é assumida. Esse ponto é reforçado quando algumas das publicações referem-se ao capital intelectual como

uma necessidade corporativa para as adaptações das empresas aos novos ambientes que venham a surgir do que como um diferencial monetário.

Imagine o potencial que existe quando somamos as mais de 25 mil mentes dos colaboradores da Stefanini com os milhares de nossos clientes, em uma rede colaborativa de conhecimento. Este capital intelectual é o maior ativo que podemos construir juntos. É, também, a principal chave para superarmos os desafios das transformações modernas (Stefanini, 2018, par. 12).

A Accenture publicou resultados de uma pesquisa com seus clientes que indicam a vantagem competitiva como um fator relevante para o investimento em capital intelectual humano, na percepção dos respondentes: “The commitment to human capital is supported by the finding that investment in education and training tops the list of factors that respondents believe will improve the competitiveness of their country” (Accenture, 2014, par. 10).

A vantagem competitiva como fator estimulante para a mensuração do CI vai ao encontro das conclusões feitas pelo estudo de Oliveira, Lopes e Oliveira (2014), quando os autores afirmaram que o CI contribui para a criação e manutenção de vantagem competitiva na percepção dos gestores participantes da pesquisa.

Voltando a análise para os fatores inibidores da mensuração do CI, as codificações que mais se destacam são a ‘ausência de um método formal de mensuração’ e ‘interpretação do aspecto de propriedade e controle’, ambas por meio de dados coletados nas entrevistas, pois em suas publicações, as empresas não apontaram fatores inibidores a mensuração do capital intelectual, nem como ao tema como um todo. Porém, as referidas codificações destacadas entrelaçam entre si, quando inferido, na percepção dos entrevistados, que a ausência de uma mensuração formal se dá, também, pela dificuldade de interpretação de controle e/ou propriedade da empresa sobre o capital intelectual, como evidenciado pelo Entrevistado B:

Então acho que a dificuldade de você conseguir fazer esse registro, justamente é esse . . . porque você não consegue mensurar qual que é o benefício futuro que isso vai gerar, como é o caso até da pesquisa & desenvolvimento, a gente até separa o que que é pesquisa do que que é desenvolvimento, porque pesquisa é uma coisa muito embrionária, então você não consegue não consegue atribuir um resultado esperado com um certo grau de certeza àquilo que você está pesquisando.

Na percepção do Entrevistado C, a dificuldade no fator ‘interpretação do aspecto de propriedade e controle’ se dá não apenas pela incerteza quanto a quantificação do benefício

futuro proporcionado, mas também da desvinculação desses valores dos demais já atribuídos a esse benefício:

Eu te diria até que não está no radar mensurar o capital intelectual, está no radar conseguir mensurar se eu estou criando um ambiente favorável para lá na frente eu ter o resultado, porque a gente discutiu bastante, recentemente, como é que a gente mensura o resultado da inovação? É... não dá, porque assim, eu não consigo separar, . . . mas se . . . o eletricitista inventou um negocinho lá que engancha no poste não sei das contas que facilita o serviço, ah, o que que isso contribui com o custo? Reduz o custo operacional da empresa. Eu consigo medir? Ele some, porque a redução do custo, na verdade, ela pode ser resultada disso e de uma série de outras coisas que a empresa fez. Como é que eu isolo isso? Não isolo (Entrevistado C).

As afirmações realizadas tanto pelo Entrevistado B quanto pelo C vão ao encontro das considerações realizadas por Dumay e Garanina (2013), quando os autores afirmam que o gerenciamento do CI assume um protagonismo frente a sua mensuração.

#### **4.3 Triangulação dos resultados da pesquisa**

Nessa seção é demonstrado o cruzamento dentre todos os resultados obtidos pela pesquisa e a revisão da literatura, realizando ao final um resumo desses cruzamentos.

Iniciando a triangulação dos resultados com a análise do CI reconhecido e mensurado em relatórios anuais, percebe-se o agrupamento ‘capital humano’ com menor divulgação em relação aos outros, e o possível motivo desse resultado surge no momento das entrevistas, quando em sua percepção, o entrevistado B indica a dificuldade peculiar do grupo na distinção dentre o conhecimento que é de propriedade e/ou controle da empresa daquele que não o é.

. . . tem empresas que entendem que elas tem que fomentar, que elas tem que investir nessa questão do treinamento, porém tem outras empresas que entendem que essa é uma responsabilidade do empregado, do trabalhador, porque afinal de contas o conhecimento é seu e você leva pra onde você for, você pode aplica-lo aqui ou numa próxima empresa que você for trabalhar, então eu acho que esse também pode ser um fator . . . O conhecimento tá na cabeça da pessoa que é livre pra fazer o que ela quiser.

O baixo volume de reconhecimento e mensuração do capital humano em relação aos demais em decorrência do fator ‘propriedade e/ou controle’ também é apontado por Brennan (2001) na investigação das empresas irlandesas, o autor complementa que tal evidenciação é raramente realizada nas empresas analisadas e quando o é, comumente é feita de forma qualitativa.

Além dessa razão, o entrevistado C corrobora com o resultado mencionado quando evidencia o dinamismo do capital humano, que desestimula sua mensuração pela alta possibilidade do valor medido, ao final da mensuração, estar defasado:

A gente está focado no processo . . . Então eu acho que o foco tá mais no benefício que isso vai me trazer, mesmo que eu não consiga medir isso diretamente . . . porque ele é dinâmico, o capital intelectual que eu tenho hoje, daqui 5 anos pode não servir pra nada, porque mudou e as pessoas não mudaram . . . Por isso que é importante você mensurar o processo.

Logo, mais que apenas a dificuldade em definir quando o capital humano é de ‘propriedade e/ou controle da empresa’, seu dinamismo pode ser considerado um fator inibidor de sua mensuração, por ferir a tempestividade da informação.

Outro ponto que se destaca é a preferência pela mensuração e divulgação do CI na forma narrativa e quantitativa não monetária – ou até mesmo sua não mensuração e divulgação - para componentes não previstos em padrões contábeis, com a possibilidade do grau de incerteza atribuído ao possível benefício econômico futuro desses componentes ser uma das razões dessa preferência, como denota o seguinte trecho destacado pelo Entrevistado B:

Porém, difícil de você mensurar esse benefício . . ., por que que a gente acaba tratando isso como uma despesa, né? Porque você não consegue mensurar qual que é o benefício futuro que isso vai gerar, como é o caso até da pesquisa & desenvolvimento, a gente até separa o que que é pesquisa do que que é desenvolvimento, porque pesquisa é uma coisa muito embrionária, então você não consegue não consegue atribuir um resultado esperado com um certo grau de certeza àquilo que você está pesquisando.

Quando a análise é voltada para quais as áreas que preparam as informações de capital intelectual para mensuração e divulgação, foi possível apenas basear-se nas notícias publicadas pelas empresas sobre CI, as únicas áreas que aparecem como aquelas envolvidas na preparação das informações de CI para mensuração são as de ‘recursos humanos’ e ‘pesquisa & desenvolvimento’, o que pode ser reforçado pelos resultados apresentados na Tabela 13, uma vez que dentre os componentes mais divulgados estão ‘projetos de pesquisa’ e ‘empregados’. Nas entrevistas, nenhum dos entrevistados indicou outra área da empresa que realizasse sua preparação para ou sua mensuração.

Entretanto, considerar que a área de recursos humanos está envolvida com a mensuração e o capital humano é o menos divulgado dentre os demais, faz concluir que essa área ainda direciona seus esforços para uma mensuração gerencial (interna) desses ativos, o que não

descarta o fator ‘controle e/ou propriedade’ como uma considerável barreira para um avanço na mensuração desse agrupamento.

Dentre os componentes mais mensurados e divulgados do CI, ‘clientes’ surge com um dos maiores percentuais em aspectos gerais (2,87%), que vai ao encontro da pesquisa de Guthrie (2006) sobre a divulgação de CI das empresas suecas, quando o autor também identifica esse componente como mais divulgado no grupo do capital relacional, entretanto, o componente de maior divulgação dentre todos foi ‘projetos de pesquisa’ (3,33%) – com a exceção de ‘empregados’ -, sendo esse componente também mencionado nas entrevistas e o único mencionado nas publicações analisadas.

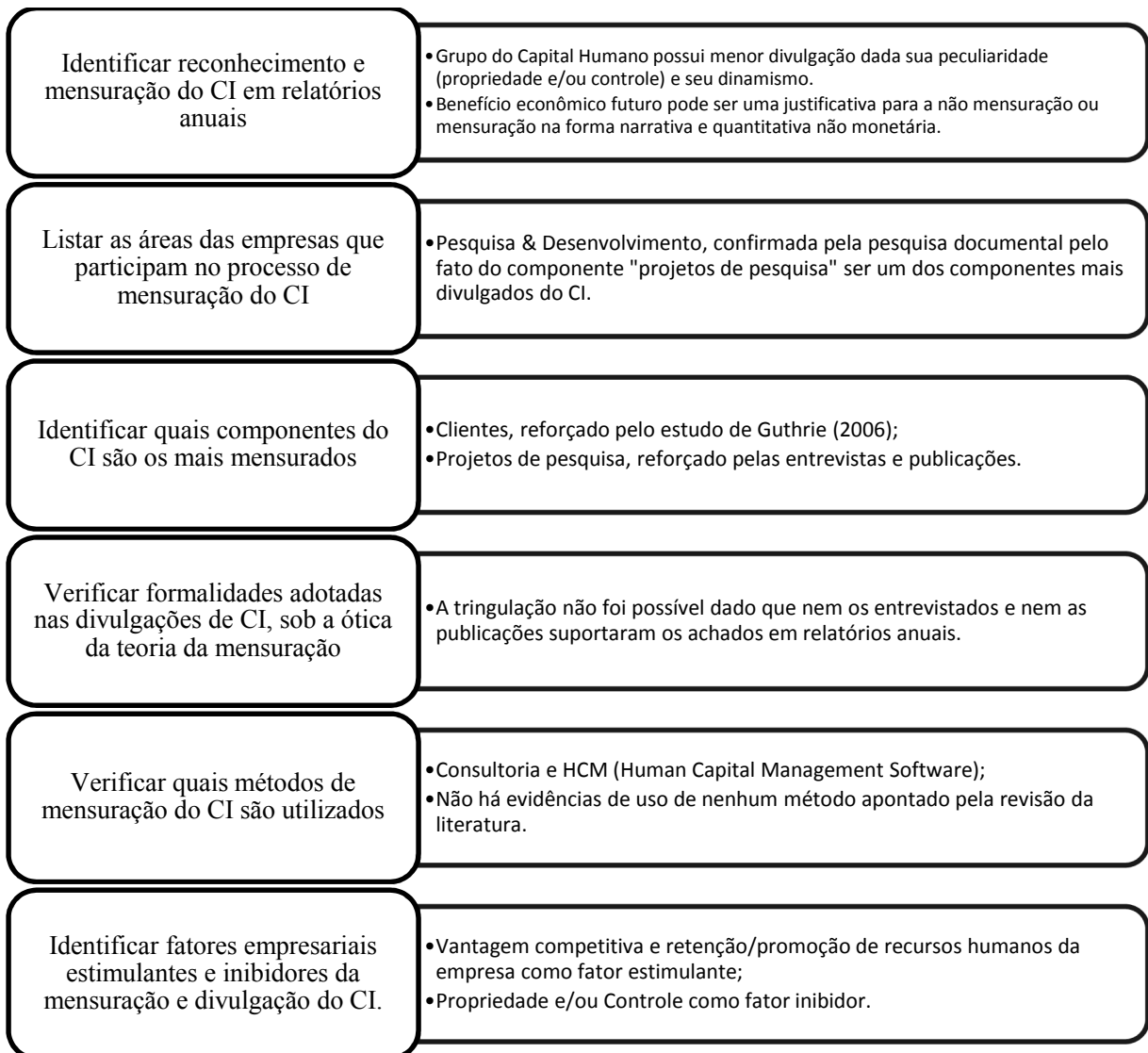
Não foi possível triangular os resultados quanto à conformidade do CI divulgado em relação a condições necessárias e suficientes da teoria da mensuração pelo fato de nenhum dos entrevistados ter tido proximidade com a mensuração do CI em suas empresas, portanto, não são cabidas considerações adicionais quanto ao atendimento dos pressupostos da concordância, comensurabilidade, independência sem tal validação baseada na perspectiva interna das empresas.

Apesar da evidência por meio das publicações de adoção de *softwares* capazes de mensurar o capital humano, como indicado pela CA Technologies e IBM, não foi possível afirmar o uso de algum modelo de mensuração do CI adotado pelas empresas previsto na literatura desse trabalho, o que permite contribuir com os apontamentos de Andriessen (2004) e Mouritsen (2006), quando os autores indicam que os modelos mais difundidos na literatura

Ao cruzar fatores da empresa que possam estimular ou inibir a mensuração e divulgação do CI, a literatura é confirmada pelos resultados obtidos por entrevistas quanto aos fatores ‘vantagem competitiva’, ‘melhorar a reputação da empresa’ e ‘atração de investidores’, fatores esses já indicados por Guthrie (2006), Dumay (2011), Reina e Ensslin (2011), Liu e Wang (2012), Carrington (2013), Cricelli, Greco e Grimaldi, (2014). Entretanto, um dos entrevistados aponta a vantagem competitiva como um fator diferenciado, pois o entrevistado coloca como vantagem competitiva não apenas os resultados oriundos da mensuração do CI, mas sua mensuração propriamente dita, como se apenas o fato de mensurar já é considerado o diferencial para a empresa.

No caso de fatores inibidores à mensuração do CI por parte das empresas, o fator ‘propriedade e/ou controle’ que já vem indicado por Brennan (2001) como uma dificuldade na mensuração do capital humano, é reforçado dentre os entrevistados, justificado pelos entrevistados pela dificuldade em definir quais aspectos desse conhecimento pode ser atribuído de fato como de propriedade e/ou controle da empresa ou do próprio empregado.

Como sumarização da triangulação dos resultados, foi elaborada a Figura 13 com os principais pontos levantados em cada passo do processo de triangulação.



**Figura 13.** Resumo da triangulação dos resultados

A Figura 13 foi elaborada por meio da organização dos resultados em fases pré-estabelecidas pela triangulação dos resultados proposta pelo presente estudo em capítulo anterior, onde as fases da triangulação encontram-se nos quadros à esquerda da figura e nos quadros à direita estão indicados os resultados de maior destaque de contribuição percebido pelo estudo para as respectivas fases.

No próximo capítulo são apresentadas as considerações finais do estudo, com análises voltadas aos principais resultados da pesquisa, suas principais contribuições alcançadas a partir desses resultados para os temas analisados pelo estudo, suas limitações de pesquisa e sugestões para estudos posteriores.



## 5 Considerações Finais

O presente estudo objetivou identificar as práticas de reconhecimento e mensuração do capital intelectual das empresas de novas mídias da economia criativa listadas no Brasil, Reino Unido e Estados Unidos, por meio dos pressupostos da mensuração extensiva como plataforma teórica. Em suma, utilizou-se relatórios anuais e realizou-se entrevistas com integrantes de áreas estratégicas das empresas sob a categoria de novas mídias situadas no Brasil, além de análise de notícias publicadas por essas empresas.

No intuito de indicar aspectos das práticas de mensuração e divulgação do capital intelectual evidenciadas nos documentos e relatórios publicados pelas empresas de economia criativa da área de novas mídias listadas nas bolsas de valores do Brasil, Reino Unido e dos Estados Unidos, em paralelo com os pressupostos da teoria da mensuração, o estudo permite inferir que, apesar do baixo índice de divulgação de CI por parte das empresas analisadas, os componentes divulgados com maior proximidade ao conjunto de pressupostos da teoria da mensuração foram aqueles sob algum padrão de divulgação estimulado pelas normas contábeis ou pelos relatórios complementares à contabilidade (como, por exemplo, o relato integrado), denotando que a ausência da normatização contábil sobre a temática é, possivelmente, um fator relevante para um mais abrangente reconhecimento e mensuração de componentes do CI na forma monetária.

Outro ponto que se destacou foi o efeito da definição do CI ainda não ter assumido um consenso, a ponto de impossibilitar as empresas reconhecerem quais são os ativos do conhecimento de sua propriedade e/ou controle capazes de englobar seu capital intelectual, deixando tais empresas mais confortáveis em realizar na forma narrativa ou quantitativa não monetária os componentes não previstos em normas contábeis, quando o fazem. Iniciativas como a da NASDAQ (por meio do *Environmental, Social and Corporate Governance - ESG*) e da *A4S CFO Network* (por meio do *A4S Essential Guide to Social and Human Capital Accounting*) podem indicar uma mudança desse cenário ao ampliar não somente o volume de componentes do CI divulgados, mas também, mensurados, possibilitando comparabilidade entre as empresas desses ativos do conhecimento.

Quando o estudo voltou-se a identificar procedimentos e critérios utilizados no reconhecimento e mensuração do capital intelectual pelas empresas de novas mídias, por meio dos profissionais atuantes nessas empresas, o cruzamento dos resultados com a revisão da literatura do estudo confirmou que a temática avançou até um estágio de seu gerenciamento e de sua contribuição para o valor da empresa, intitulado por Dumay e Garanina (2013) como o

terceiro estágio das pesquisas sobre CI, sem antes assumir um estado consolidado de sua mensuração.

Em outras palavras, o presente estudo reforça esse estágio da temática ao constatar que o capital intelectual humano, mesmo com as empresas indicando utilizar de softwares capazes de mensurá-lo, é o agrupamento com menor divulgação desses resultados mensurados, provavelmente, pelo fato dessas empresas ainda estarem direcionando seus esforços para uma mensuração voltada estritamente ao gerenciamento desse capital intelectual do que a mensuração para sua divulgação, contexto também reforçado por entrevistados participantes dessa pesquisa.

Quando o estudo buscou relacionar fatores da empresa que possam influenciar a prática do reconhecimento e mensuração do capital intelectual das empresas de novas mídias da economia criativa situadas no Brasil, nenhum fator explorado considerado específico das empresas de novas mídias se destacou, mas sim aqueles concernentes as empresas em geral, permitindo inferir que a escolha das empresas da economia criativa como campo de estudo - apesar da evidente interseção de sua definição com a de capital intelectual - não possibilitou uma maior contribuição direcionada especificadamente ao grupo.

Como fator estimulante, foi exaltado pelos entrevistados o possível apelo direcionado a profissionais em busca de novos empregos, ou seja, a mensuração e divulgação desses ativos do conhecimento tem como estímulo, também, a atração de novos talentos para as empresas que o fazem. Outro fator estimulante a ser destacado foi o de 'vantagem competitiva', que além de sua confirmação através dos resultados levantados por meio das entrevistas, também é mencionado na revisão da literatura desse estudo por outros autores.

No caso de fatores inibidores à mensuração do CI por parte das empresas, uma contribuição importante desse estudo foi o surgimento da questão da propriedade e controle, reforçado dentre os entrevistados, principalmente no que tange o capital intelectual humano, considerando sua peculiaridade de lidar diretamente com conhecimento atribuído a pessoas e, por isso, não deixar claro de quais aspectos desse conhecimento pode ser atribuído de fato como de propriedade e/ou controle da empresa ou do próprio empregado.

Como contribuição para o ambiente acadêmico, o estudo proporcionou um instrumento de tratamento de dados adaptado a mensuração do capital intelectual com enfoque no contexto contábil, ou seja, uma verificação de capaz de explorar a intersecção dentre esses ativos do conhecimento evidenciados e as condições suficientes e necessárias ao reconhecimento contábil; já para o ambiente empírico verificado, o estudo contribui ao promover a relevância desses ativos do conhecimento para as empresas da economia criativa, conexão essa pouco

explorada por estudos anteriores, além da interpretação da teoria da mensuração em relação ao reconhecimento contábil, proporcionando um contexto de quais atributos são capazes de formalizar uma mensuração para o âmbito empresarial.

Como sugestão para pesquisas futuras, recomenda-se replicar o instrumento desenvolvido e validado na presente pesquisa para abranger outras empresas que mensuram CI de forma voluntária, a fim de descrever a sua prática; outra sugestão, que no decorrer do estudo se mostrou pertinente ao tema, é a de investigar empresas que emitam relato integrado ou o ESG, uma vez que o padrão estrutural desses relatórios estimulam uma mensuração de alguns componentes do CI.

## Referências

- Accenture (2014, January 15). *Businesses Strong Confidence for 2014 and a Focus on New Markets, According to Accenture Research Conducted by the EIU*. Recuperado de <https://www.businesswire.com/news/home/20140115005886/en/Businesses-Express-Strong-Confidence-2014-Focus-New>
- Accounting for Sustainability Project – A4S*. (2017). A4S Essential Guide to Social and Human Capital Accounting. Recuperado de <https://www.accountingforsustainability.org/content/dam/a4s/corporate/home/KnowledgeHub/Guide-pdf/A4S%20Essential%20Guide%20to%20Social%20and%20Human%20Capital%20Accounting.pdf.downloadasset.pdf>
- Andriessen, D. (2004). IC valuation and measurement: classifying the state of the art. *Journal of Intellectual Capital*, 5(2), 230-242.
- Alipour, M. (2012). The effect of intellectual capital on firm performance: an investigation of Iran insurance companies. *Measuring Business Excellence*, 16(1), 53-66.
- Antunes, M. T. P., & Martins, E. (2002). Capital intelectual: verdades e mitos. *Revista Contabilidade & Finanças*, 13(29), 41–54. doi:<https://doi.org/10.1590/S1519-70772002000200003>
- Antunes, M. T. P., Silva, L. C. P., & Saiki, T. G. (2009, novembro). Evidenciação dos ativos intangíveis (capital intelectual) por empresas brasileiras à luz da Lei 11.638/07. *Anais do Congresso Brasileiro de Custos*, Fortaleza, CE, Brasil, 16. Recuperado de <https://anaiscbc.emnuvens.com.br/anais/article/view/1033>.
- Arslanagic-Kalajdzic, M. & Zabkar, V. (2015). The external effect of marketing accountability in business relationships: Exploring the role of customer perceived value. *Industrial Marketing Management*, 46, 83-97.
- Bardin, L. (2002). *Análise de Conteúdo* (L. A. Reto & A. Pinheiro, Trad.). Lisboa: Edições 70 (Obra originalmente publicada em 1977).
- Bendle, N. T. & Wang, X. S. (2017). Marketing Accounts. *International Journal of Research in Marketing*, 34(3), 604-621.
- Bianchi, C. G. & Figueiredo, J. C. B. (2016). A influência dos mecanismos de fomento no processo de internacionalização da economia criativa no Brasil: o caso da APEX no setor de arquitetura. *Administração Pública e Gestão Social*, 8(3), 174-186.
- Bontis, N. (1998). Intellectual capital: An exploratory study that develops measure and models. *Management Decision*, 2(36), 63-76.
- Bozzolan, S., Favotto, F., & Ricceri, F. (2003). Italian annual intellectual capital disclosure: An empirical analysis. *Journal of Intellectual Capital*, 4(4), 543–558. doi:<https://doi.org/10.1108/14691930310504554>
- Brennan, N. (2001). Reporting intellectual capital in annual reports: Evidence from Ireland. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 14(4), 423–436.

doi:<https://doi.org/10.1108/09513570110403443>

- CA Technologies (2015, June 22). *IDG's Computerworld Names CA Technologies to 2015 List of 100 Best Places to Work in IT*. Recuperado de <https://www.ca.com/us/company/newsroom/press-releases/2015/idgs-computerworld-names-ca-technologies-to-2015-list-of-100-best-places-to-work-in-it.html>
- Caregnato, R. C. A., & Mutti, R. (2006). Pesquisa qualitativa: análise de discurso versus análise de conteúdo. *Texto & Contexto – Enfermagem*, 15(4), 679-984.
- Carlos Filho, F.A., Lagioia, U.C.T., Monteiro, J.A.M., Silva Filho, L.L., Araújo, Juliana & Araújo, João. (2014). Importância e Contribuição do Ativo Intangível: Percepção dos Empreendedores de Micro e Pequenas Empresas Sobre o Capital Intelectual. *Revista Organizações em Contexto*, 10, 1-27. doi:10.15603/1982-8756/roc.v10n20p1-27.
- Carrington, D. (2013). Na empirical study on the impact of the process of measuring IC on performance. *Electronic Journal of Knowledge Management*, 11(4), 282-294.
- Castro, F. G., & Figueiredo, L. F. (2016). A Economia Criativa como Proposta de Valor nos Modelos de Negócio. *NAVUS - Revista de Gestão e Tecnologia*, 6(3), 111-122.
- Cervo, A. L., Bervian, P. A., & Silva, R. (2007). *Metodologia científica* (6a ed.). São Paulo: Pearson Prentice Hall.
- Cleary, P. (2015). An empirical investigation of the impact of management accounting on structural capital and business performance. *Journal of Intellectual Capital*, 16(3), 566-586.
- Cricelli, L., Greco, M., & Grimaldi, M. (2014). An overall index of intellectual capital. *Management Research Review*, 37(10), 880-901.
- Crisóstomo, V. L. (2009). Ativos intangíveis: estudo comparativo dos critérios de reconhecimento, mensuração e evidenciação adotados no Brasil e em outros países. *Contabilidade, Gestão e Governança*, 12(1), 50-68.
- Dumay, J. (2011). Intellectual capital and strategy development: an interventionist approach. *The journal of information and knowledge management systems*, 41(4), 449-465.
- Dumay, J. (2014). 15 years of the Journal of Intellectual Capital and counting. *The Journal of Intellectual Capital*, 15(1), 2-37.
- Dumay, J. & Garanina, T. (2013). Intellectual capital research: a critical examination of the third stage. *The Journal of Intellectual Capital*, 14(1), 10-25. doi:10.1108/14691931311288995
- Edvinsson, L., & Malone, M. S. (1998). *Capital intelectual: Descobrimo o valor real de sua empresa pela identificação de seus valores internos* (R. Galman, Trad.). São Paulo: Makron Books.
- Engström, T. E. J., Westnes, P., & Westnes, S. F. (2003). Evaluating intellectual capital in the hotel industry. *Journal of Intellectual Capital*, 4(3), 287-303.

- Ensslin, S. R., Carvalho, F. N., Gallon A. V., & Ensslin, L. (2008). Uma metodologia multicritério (MCDA-C) para apoiar o gerenciamento do capital intelectual organizacional. *RAM – Revista de Administração Mackenzie*, 9(7), 136-162. doi:10.1590/S1678-69712008000700007
- Federação das indústrias do estado do Rio de Janeiro. (2016). *Mapeamento da indústria criativa no Brasil*. Rio de Janeiro: FIRJAN
- Federação das indústrias do estado do Rio de Janeiro. (2019). *Mapeamento da indústria criativa no Brasil*. Rio de Janeiro: FIRJAN
- Fontanella, B. J. B., Ricas, J., & Turato, E. R. (2008). Amostragem por saturação em pesquisas qualitativas em saúde: contribuições teóricas. *Cadernos de Saúde Pública*, 24(1), 17-27.
- Forbes. (2018). Global 2000: The world's largest public companies. Recuperado de <http://www.forbes.com/global2000/>.
- Gamerschlag, R. & Möller, K. (2011). The positive effects of human capital reporting. *Corporate Reputation Review*, 14(2), 145-155.
- Guthrie, J. (2006). The management, measurement and the reporting of intellectual capital. *Journal of Intellectual Capital*, 2(1), 27-41.
- Guthrie, J., & Petty, R. (2000). Intellectual capital: Australian annual reporting practices. *Journal of Intellectual Capital*, 1(3), 241-251. doi:<https://doi.org/10.1108/14691930010350800>
- Guthrie, J., Ricceri, F., & Dumay, J. (2012). Reflections and projections: A decade of intellectual capital accounting research. *British Accounting Review*, 44(2), 68-82. doi:<https://doi.org/10.1016/j.bar.2012.03.004>
- Hunter, M. G., Evans, N. & Price, J. (2011). Internal intellectual assets: A management interpretation. *Journal of Information, Information Technology, and Organizations*, 6. 1-13.
- IBM (2018, Novembro 28). *IBM ajuda empresas a repensarem a gestão de pessoas com IA*. Recuperado de <https://www.ibm.com/blogs/ibm-comunica/ibm-ajuda-empresas-a-repensarem-a-gestao-de-pessoas-com-ia/>
- Ijiri, Y. (1967). *The foundations of accounting measurement: A mathematical, economic, and behavioral inquiry*. Englewoods Cliffs, N.J: Prentice-Hall.
- International Accounting Standard - IAS 38*. (2014). Intangible Assets. Recuperado de <http://eifrs.ifrs.org/eifrs/bnstandards/en/IAS38.pdf>
- Krantz, D.H., Luce, R.D., Suppes, P. & Tversky, A. (1971). *Foundations of measurement. Vol. I. Additive and polynomial representations*. New York: Academic Press.
- Liao, C., Mo, S., & Grant, J. (2011). Market implication of human capital investment in training. *Academy of Accounting and Financial Studies Journal*, 15(1), 59-87.
- Liu, G. H. W., & Wang, E. T. G. (2012). Intellectual capital accounting: an alignment between

- the motive and the accounting approach. *Journal of Human Resource Costing & Accounting*, 16(1), 37-49.
- Madeira, M. G. (2014). *Economia criativa: Implicações e desafios para a política externa brasileira*. Brasília: Fundação Alexandre de Gusmão.
- Mantovani, E. F. V., Santos, F. A. (2014). A contabilização do ativo intangível nas 522 empresas listadas na BM&FBOVESPA. *RAI – Revista de Administração e Inovação*, 11(4), 310-328. doi:<https://doi.org/10.11606/rai.v11i4.110252>
- Marr, B., & Moustaghfir, K. (2005). Defining intellectual capital: A three-dimensional approach. *Management Decision*, 43(9), 1114-1128.
- Marr, B., Schiuma, G., & Neely, A. (2004). Intellectual capital – defining key performance indicators for organizational knowledge assets. *Business Process Management Journal*, 10(5), 551-569.
- Martins, G. A., & Theóphilo, C. R. (2016). *Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas* (3a ed.). São Paulo: Atlas.
- Martins, O. S., Araújo, A. M. H. B. de, & Niyama, J. K. (2011). Uma discussão conceitual e contemporânea sobre a teoria da mensuração e sua relação com a contabilidade. *Revista de Administração: Ensino & Pesquisa – RAEP*, 12(3), 501–528. <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.13058/raep.2011.v12n3.164>
- Mouritsen, J. (2004). Measuring and intervening: how do we theorise intellectual capital management? *Journal of Intellectual Capital*, 5(2), 257–267. <https://doi.org/10.1108/14691930410533687>
- Mouritsen, J. (2006). Problematising intellectual capital research: ostensive versus performative IC. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 19(6), 820–841. <https://doi.org/10.1108/09513570610709881>
- Mouritsen, J., Bukh, P. N., & Marr, B. (2004). Reporting on intellectual capital: why, what and how? *Measuring Business Excellence*, 8(1), 46-54.
- Mouritsen, J., & Roslender, R. (2009). Critical intellectual capital. *Critical Perspectives on Accounting*, 20(7), 801-803.
- M’Pherson, P. e Pike, S. (2001). Accounting, empirical measurement and intellectual capital. *Journal of Intellectual Capital*, 2(3), 246-260.
- Musvoto, S. W. & Gouws D. (2010). The concept of a scale in accounting measurement. *South African Journal of Economic and Management Sciences*, 13(4), 424-436.
- National Association of Securities Dealers Automated Quotations - NASDAQ. (2019). ESG Reporting Guide 2.0. Recuperado de [https://business.nasdaq.com/media/Nasdaq-ESG-Reporting-Guide-2019\\_tcm5044-70227.pdf](https://business.nasdaq.com/media/Nasdaq-ESG-Reporting-Guide-2019_tcm5044-70227.pdf)
- Noordin, M. A. & Mohtar, S. (2013, April). Na exploratory of intangible assets: methods od measuring intellectual capital. *3rd International Conference on Business, Management and Behavioral Sciences (ICBEMBS’2013)*, Singapore. 29-30.

- Oliveira, D. (2008). Análise de conteúdo temático-categorial: uma proposta de sistematização. *Revista de Enfermagem UFRJ*, 16(4), 569-579.
- Oliveira, J. B., Lopes, J. E. F., & Oliveira, M. F. (2014). O efeito da gestão do capital intelectual na vantagem competitiva: O caso de um grupo empresarial com atuação predominante em tecnologia. *RGO – Revista Gestão Organizacional*, 7(2), 89-101.
- Perez, M. M. & Famá, R. (2006). Ativos intangíveis e o desempenho empresarial. *Revista de Contabilidade e Finanças – USP*, 40(17), 07-24.
- Petty, R. e Guthrie, J. (2000). Intellectual capital literature review: Measurement, reporting and management. *Journal of Intellectual Capital*, 1(2), 155-176.
- Pike, S. e Roos, G. (2004). Mathematics and modern business management. *Journal of Intellectual Capital*, 5(2), 243-256.
- Pike, S. e Roos, G. (2007). The validity of measurement frameworks: measurement theory. In A. Neely (Ed.). *Business Performance Measurement: Unifying Theories and Integrating Practice* (pp. 218-235). New York: Cambridge University Press.
- Reina, D., & Ensslin, S. R. (2011). Mapeamento da produção científica em capital intelectual: um estudo epistemológico a partir das perspectivas propostas por Marr (2005). *Base – Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos*, 8(1), 58-77.
- Relvas, T. R. S. (2008). Relação entre a mensuração contábil e a mensuração científica. In: *Congresso Brasileiro De Contabilidade, 18.*, Gramado/RS. Anais... Gramado, 2008.
- Rezende, J. F., Correia, A. A., & Gomes, B. A. (2017). The intellectual capital and the creation of value in research units linked to the Brazilian ministry of science technology and innovation. *RAI – Revista de Administração e Inovação*, 14(3), 199-215. doi:10.1016/j.rai.2017.03.010
- Robert, F. S. (1985). *Measurement theory with applications to decision making, utility, and the social sciences*. (pp. 1-442). New York: Cambridge University Press.
- Romero, S., Gal, G., Mock, T. J., & Vasarhelyi, M. A. (2012). A Measurement Theory Perspective on Business Measurement. *Journal Of Emerging Technologies In Accounting*, 91-24. doi:10.2308/jeta-50396
- Silva, A., Souza, T. R., Klann, R. C. (2017). A influência dos ativos intangíveis na relevância da informação contábil. *Revista Contemporânea de Contabilidade*. 14(31), 26-45. doi:http://dx.doi.org/10.5007/2175-8069.2017v14n31p26
- Silveira, S. K. R., Schnorrenberger, D., Gasparetto, V., & Lunkes, R. J. (2017). Abordagens de Avaliação de Ativos Intangíveis: Uma Revisão da Literatura. *Revista Catarinense Da Ciência Contábil*, 16(47), 9-25. https://doi.org/10.16930/2237-7662/rccc.v16n47p9-25
- Stefanini (2018, Abril 01). *Co-creating Solutions for a Better Future*. Recuperado de <https://stefanini.com/pt-br/trends/artigos/co-creating-solutions-for-a-better-future>
- Stevens, S. S. (1946). On the theory of scales of measurement. *Science*, 103(2684), 677-680.



- Sung, T. K. (2015). The creative economy in global competition. *Technological Forecasting & Social Change*, 96, 89-91. doi: <http://dx.doi.org/10.1016/j.techfore.2015.04.003>
- Sveiby, K. E. (1997). The intangible assets monitor. *Journal of human resource costing & accounting*, 2(1), 73-97. doi:10.1108/eb029036
- United Nations Conference on Trade and Development – UNCTAD. (December 2016). Statistical Database. Recuperado de <http://unctadstat.unctad.org/wds/ReportFolders/reportFolders.aspx>.
- United Nations Conference on Trade and Development – UNCTAD. (2010). Creative Economy Report 2010. Recuperado de [http://unctad.org/en/Docs/ditctab20103\\_en.pdf](http://unctad.org/en/Docs/ditctab20103_en.pdf).
- Tobi, H. (2014). Measurement in interdisciplinary research: The contributions of widely-defined measurement and portfolio representations. *Measurement: Journal of the International Measurement Confederation*, 48(1), 228-231.
- Vasconcelos, S. R. M., Sabes, S. F., & Robles, A., Jr. (2015). Divulgação do relato integrado pelas empresas listadas no Ibovespa em 2015. *Revista eletrônica do departamento de ciências contábeis & departamento de atuária e métodos quantitativos da FEA – REDECA*, 2(1), 116-133.
- Veltri, S., Bronzetti, G. (2015). A critical analysis of the intellectual capital measuring, managing, and reporting practices in the non-profit sector: lessons learnt from a case study. *Journal of Business Ethics*, 131(2), 305-318. doi:10.1007/s10551-014-2284-7
- Vergauwen, P., Bollen, L., & Oirbans, E. (2007). Intellectual capital disclosure and intangible value drivers: an empirical study. *Management Decision*, 45(7), 1163-1180.
- Widarjo, W., Rahmawati, Bendi, & Widagdo, A. K. (2017). Underwriter Reputation , Intellectual Capital Disclosure , and Underpricing. *International Journal of Business and Society*, 18(2), 227–244.
- Willet, R. J. (1987). An axiomatic theory of accounting measurement. *Accounting & Business research*, 17(66), 155-171.

## APÊNDICE A – Revisão dos Periódicos Brasileiros

N	Título do periódico	Qualis	Ano										
			2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	
1	BRAZILIAN ADMINISTRATI ON REVIEW - BAR (ANPAD)	A2	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Título: Intangible Assets and Superior and Sustained Performance of Innovative Brazilian Firms Autores: Luca, Maia, Cardoso, Vasconcelos & Cunha	Título: Bounded creativity: understanding the restrictions on creative work in advertising agencies Autores: Romeiro & Wood	Título: Redefining the Relationship between Intellectual Capital and Innovation: The Mediating Role of Absorptive Capacity Autores: Cassol, Gonçalo & Ruas	Não tem
2	BRAZILIAN BUSINESS REVIEW – BBR	A2	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem
3	CONTABILIDA DE VISTA & REVISTA (UFMG)	A2	Não tem	Título: Evidenciação de Ativos Intangíveis Não Adquiridos nos Relatórios da Administração das Companhias Listadas nos Níveis de Governança Corporativa da Bovespa Autores: Colauto, Nascimento, Avelino & Bispo	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem

Nota. Análise de periódicos QUALIS A1-A2-B1-B2 de periódicos brasileiros de administração e contabilidade dentre o período de publicação de 2008 a 2017. Legenda de temas abordados pelos artigos:

Capital Intelectual	Ativo Intangível	Economia Criativa	Teoria da Mensuração
---------------------	------------------	-------------------	----------------------

N	Título do periódico	Qualis	Ano									
			2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
4	O&S. ORGANIZAÇÕES & SOCIEDADE (UFBA)	A2	Não tem	Não tem	Título: O Paradoxo de Mozart: carreiras nas indústrias criativas Autores: Bendassolli & Wood	Não tem	Não tem	Título: Gestão do conhecimento e do capital intelectual: mapeamento da produção acadêmica brasileira de 1997 a 2011 nos encontros da anpad Autores: Araújo, Mottin & Rezende	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem
5	REVISTA BRASILEIRA DE GESTÃO DE NEGÓCIOS - RBGN	A2	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem
6	REVISTA CONTABILIDADE & FINANÇAS (FEA/USP)	A2	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem
7	REVISTA CONTEMPORÂNEA DE CONTABILIDADE (UFSC)	A2	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Título: Associação das medidas de desempenho para pagamento de bônus aos executivos com dependência de capital humano	Título: Contabilidade e o Capital Intelectual: uma revisão de literatura para compreender sua relação Autores:	Título: Os efeitos da crise financeira de 2008 no valor das empresas e nos ativos intangíveis Autores: Sallaberry & Medeiros	Título: A influência dos ativos intangíveis na relevância da informação contábil Autores: Silva, Souza & Klann

Nota. Análise de periódicos QUALIS A1-A2-B1-B2 de periódicos brasileiros de administração e contabilidade dentre o período de publicação de 2008 a 2017. Legenda de temas abordados pelos artigos:

Capital Intelectual	Ativo Intangível	Economia Criativa	Teoria da Mensuração
---------------------	------------------	-------------------	----------------------

N	Título do periódico	Qualis	Ano									
			2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
									Autores: Beuren, Kaveski & Rigo	Vaz, Zarelli & Maldonado		Título: Análise de desempenho na geração de benefícios econômicos dos clubes de futebol brasileiros: o uso do atleta como recurso estratégico e ativo intangível Autores: Galvão & Dornelas
8	REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO - RAUSP (FEA-USP)	A2							Não tem	Não tem	Não tem	Título: Intellectual capital in mergers and acquisitions: a case study in a world-class financial institution Autores: Jordão, Melo, Pereira & Carvalho
9	REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO CONTEMPORÂNEA - RAC (ANPAD)	A2	Não tem	Não tem	Título: Tangibilidade e Intangibilidade e na Determinação do Desempenho Persistente de Firms Brasileiras Autores: Carvalho, Kayo & Martins	Título: Intellectual Capital: Perceptions of Productivity and Investment Autores: Ferreira e Martinez	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Título: Tangibilidade e Intangibilidade na Identificação do Desempenho Persistente: Evidências no Mercado Brasileiro Autores: Medeiros & Mol

Nota. Análise de periódicos QUALIS A1-A2-B1-B2 de periódicos brasileiros de administração e contabilidade dentre o período de publicação de 2008 a 2017. Legenda de temas abordados pelos artigos:

Capital Intelectual	Ativo Intangível	Economia Criativa	Teoria da Mensuração
---------------------	------------------	-------------------	----------------------

N	Título do periódico	Qualis	Ano									
			2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
10	REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS - RAE	A2	SEM ACESSO									
11	REVISTA DE CONTABILIDADE E ORGANIZAÇÕES - RCO (USP)	A2	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Título: Evidenciação de ativos intangíveis: Estudo empírico em companhias abertas Autores: Avelino, Pinheiro e Lamounier	Não tem	Não tem	Não tem	Títulos: RELAÇÃO ENTRE O NÍVEL DE INTANGIBILIDADE DOS ATIVOS E O VALOR DE MERCADO DAS EMPRESAS Autores: Medrado, Cella, Pereira & Dantas	Não tem
12	REVISTA UNIVERSO CONTÁBIL	A2	Título: DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES SOBRE ATIVOS INTANGÍVEIS E SUA UTILIDADE PARA ANALISTAS DE INVESTIMENTOS Autores: Antunes e Leite	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Título: PROPOSTA DE CONVERGÊNCIA TEÓRICA DAS PERSPECTIVAS DAS FINANÇAS E DA CONTABILIDADE DE NA AVALIAÇÃO DE ATIVOS INTANGÍVEIS Autores: Cavalcanti, Amaral, Correia & Louzada

Nota. Análise de periódicos QUALIS A1-A2-B1-B2 de periódicos brasileiros de administração e contabilidade dentre o período de publicação de 2008 a 2017. Legenda de temas abordados pelos artigos:

Capital Intelectual	Ativo Intangível	Economia Criativa	Teoria da Mensuração
---------------------	------------------	-------------------	----------------------

N	Título do periódico	Qualis	Ano										
			2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	
13	ADMINISTRAÇÃO PÚBLICA E GESTÃO SOCIAL - APGS (UFV)	B1	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Título: A Influência dos Mecanismos de Fomento no Processo de Internacionalização da Economia Criativa no Brasil: o caso da APEX no setor de arquitetura Autores: Bianchi & Figueiredo	Não tem
14	ADMINISTRAÇÃO: ENSINO E PESQUISA - RAEP	B1	Não tem	Não tem	Não tem	Título: UMA DISCUSSÃO CONCEITUAL E CONTEMPORÂNEA SOBRE A TEORIA DA MENSURAÇÃO E SUA RELAÇÃO COM A CONTABILIDADE E Autores: Martins, Araújo & Niyama	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem
15	BASE - REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE DA UNISINOS	B1	Não tem	Não tem	Título: A propriedade intelectual na indústria de quadrinhos do Ceará Autores: Batista, Oliveira & Andrade	Título: Mapeamento da produção científica em capital intelectual: um estudo epistemológico a partir das perspectivas propostas por marr	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem

Nota. Análise de periódicos QUALIS A1-A2-B1-B2 de periódicos brasileiros de administração e contabilidade dentre o período de publicação de 2008 a 2017. Legenda de temas abordados pelos artigos:

Capital Intelectual	Ativo Intangível	Economia Criativa	Teoria da Mensuração
---------------------	------------------	-------------------	----------------------

N	Título do periódico	Qualis	Ano									
			2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
					Título: Evidências empíricas da influência de alianças estratégicas no capital intelectual de empresas Autores: Joia & Malheiros	(2005) Autores: Reina & Ensslin						
16	CONTABILIDADE, GESTÃO E GOVERNANÇA - CGG	B1	Título: Um estudo sobre a evidenciação de capital intelectual nos relatórios da administração das 15 maiores distribuidoras de energia elétrica do Brasil nos anos de 2006 e 2007 Autores: Sousa, Ensslin, Schnorrenberger, Reina & Rover	Título: Ativos intangíveis: estudo comparativo dos critérios de reconhecimento, mensuração e evidenciação adotados no Brasil e em outros países Autor: Crisóstomo	Não tem	Não tem	Não tem	Título: Conservadorismo contábil no reconhecimento de ativos intangíveis em fase de pesquisa e desenvolvimento: um estudo em empresas da bm&fbovespa Autores: Beuren, Theiss & Sant'Ana	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem

Nota. Análise de periódicos QUALIS A1-A2-B1-B2 de periódicos brasileiros de administração e contabilidade dentre o período de publicação de 2008 a 2017. Legenda de temas abordados pelos artigos:

Capital Intelectual	Ativo Intangível	Economia Criativa	Teoria da Mensuração
---------------------	------------------	-------------------	----------------------

N	Título do periódico	Qualis	Ano									
			2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
17	ENFOQUE: REFLEXÃO CONTÁBIL (UEM)	B1	Não tem	Título: Evidenciação de elementos do capital intelectual nos relatórios da administração de companhias brasileiras pertencentes ao nível 2 de governança corporativa Autor: Arruda	Não tem	Título: Evidenciação do capital intelectual em empresas do setor de tecnologia da informação e do setor de telecomunicações listadas na BM&FBovespa nos anos de 2007 a 2009 Autores: Reina, Miguel, Tasca & Reina	Não tem	Não tem	Título: Disclosure de Ativo Intangível: Um Estudo dos Clubes de Futebol Brasileiros Autores: Leite & Pinheiro	Título: Teoria contingencial e intangibilidade de: um estudo nas empresas listadas na BM&Fbovespa Autores: Parente, Luca & Vasconcelos	Não tem	Não tem
						Título: Avaliação do capital intelectual desenvolvido em organizações não governamentais: comparação entre entidades brasileiras e portuguesas Autores: Colauto, Cunha, Avelino & Oliveira			Título: A relação entre o grau de intangibilidade e a geração de valor adicionado em empresas brasileiras de capital aberto Autores: Mazzioni, Carpes & Lavarda			

Nota. Análise de periódicos QUALIS A1-A2-B1-B2 de periódicos brasileiros de administração e contabilidade dentre o período de publicação de 2008 a 2017. Legenda de temas abordados pelos artigos:

Capital Intelectual	Ativo Intangível	Economia Criativa	Teoria da Mensuração
---------------------	------------------	-------------------	----------------------



N	Título do periódico	Qualis	Ano									
			2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
18	REVISTA BRASILEIRA DE GESTÃO E DESENVOLVIMENTO REGIONAL	B1	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Título: As indústrias criativas como alternativa de retomada de crescimento: o caso do consinos no Rio Grande do Sul Autores: Bem & Giacomini	Não tem	Não tem	Não tem	Título: Economia criativa e o desenvolvimento no município de taubaté-sp Autores: Vieira, Santos & Caniello	Não tem
19	REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO DA UFSM - REA	B1	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Título: Criação de conhecimento sob a ótica da aprendizagem organizacional em uma empresa criativa Autores: D'Arísbo, Cislághi, Fachinelli & Larentis	Não tem

Nota. Análise de periódicos QUALIS A1-A2-B1-B2 de periódicos brasileiros de administração e contabilidade dentre o período de publicação de 2008 a 2017. Legenda de temas abordados pelos artigos:

Capital Intelectual	Ativo Intangível	Economia Criativa	Teoria da Mensuração
---------------------	------------------	-------------------	----------------------

N	Título do periódico	Qualis	Ano									
			2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
20	REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO E INOVAÇÃO - RAI (USP)	B1	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Título: Capital intelectual: uma ferramenta inovadora na busca por vantagens competitivas Autores: Gracioli, Godoy, Lorenzetti & Godoy	Não tem	Título: A CONTABILIZAÇÃO DO ATIVO INTANGÍVEL NAS 522 EMPRESAS LISTADAS NA BM&FBOVESPA Autores: Mantovani & Santos	Não tem	Não tem	Título: THE INTELLECTUAL CAPITAL AND THE CREATION OF VALUE IN RESEARCH UNITS LINKED TO THE BRAZILIAN MINISTRY OF SCIENCE TECHNOLOGY AND INNOVATION Autores: Rezende, Correia & Gomes
21	REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO MACKENZIE - RAM	B1	Título: Um estudo reflexivo da produção científica em capital intelectual Autores: Gallon, Souza, Rover & Ensslin	Não tem	Não tem	Título: Determinantes da formação do capital intelectual nas empresas produtoras de tecnologia da informação e comunicação Autores: Lima & Carmona	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem

Nota. Análise de periódicos QUALIS A1-A2-B1-B2 de periódicos brasileiros de administração e contabilidade dentre o período de publicação de 2008 a 2017. Legenda de temas abordados pelos artigos:

Capital Intelectual	Ativo Intangível	Economia Criativa	Teoria da Mensuração
---------------------	------------------	-------------------	----------------------

N	Título do periódico	Qualis	Ano													
			2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017				
			Título: Gestão do capital de relacionamento: estudo de caso em uma tradicional fábrica no Brasil Autores: Silva, Nagano & Merlo													
			Título: Uma metodologia multicritério (MCDA-C) para apoiar o gerenciamento do capital intelectual organizacional Autores: Ensslin, Carvalho, Gallon & Ensslin													
22	REVISTA DE CIÊNCIAS DA ADMINISTRAÇÃO (CAD/UFSC)	B1	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem

Nota. Análise de periódicos QUALIS A1-A2-B1-B2 de periódicos brasileiros de administração e contabilidade dentre o período de publicação de 2008 a 2017. Legenda de temas abordados pelos artigos:

Capital Intelectual	Ativo Intangível	Economia Criativa	Teoria da Mensuração
---------------------	------------------	-------------------	----------------------

N	Título do periódico	Qualis	Ano										
			2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	
23	REVISTA DE EDUCAÇÃO E PESQUISA EM CONTABILIDADE - REPEC	B1	Título: Modelo Residual de Mensuração de Ativos Intangíveis Autor: Schmidt, Santos, Fernandes, Gomes & Machado	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem
24	REVISTA ELETRÔNICA DE ADMINISTRAÇÃO - READ (UFRGS)	B1	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem
25	REVISTA ELETRÔNICA DE CIÊNCIA ADMINISTRATIVA - RECADM	B1	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Título: A criação de negócios de micro e pequeno porte da economia criativa Autores: Almeida & Teixeira	Não tem
26	ADM. MADE (UNIVERSIDAD E ESTÁCIO DE SÁ)	B2	Não tem	Não tem	Título: Evasão do Capital Intelectual das Universidades Públicas: Estudo na Universidade Federal de Santa Maria Autores: Zamberlan & Pozzobon	Não tem	Título: Métricas de Gestão do Conhecimento: Análise em Artigos Publicados em Periódicos Científicos de 2001 a 2011 Autores: Teixeira & Oliveira	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem

Nota. Análise de periódicos QUALIS A1-A2-B1-B2 de periódicos brasileiros de administração e contabilidade dentre o período de publicação de 2008 a 2017. Legenda de temas abordados pelos artigos:

Capital Intelectual	Ativo Intangível	Economia Criativa	Teoria da Mensuração
---------------------	------------------	-------------------	----------------------

N	Título do periódico	Qualis	Ano										
			2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	
								Título: Evidenciação de Ativos Intangíveis nas Empresas Industriais mais Inovadoras Segundo Classificação do Índice Brasil de Inovação (IBI) Autores: Santos, Ximenes, Gallon, & De Luca					
27	E&G - REVISTA ECONOMIA E GESTÃO (PUC Minas)	B2	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Título: Dinamização da inovação de micro e pequenas empresas: fundamentos teóricos sobre os impactos do capital de relacionamento Autores: Silveira & Garrido
28	FACES: REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO	B2	Não tem	Não tem	Não tem	Título: Intangible assets: estudo epistemológico da produção científica internacional Autores: Reina, Reina & Ensslin	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem

Nota. Análise de periódicos QUALIS A1-A2-B1-B2 de periódicos brasileiros de administração e contabilidade dentre o período de publicação de 2008 a 2017. Legenda de temas abordados pelos artigos:

Capital Intelectual	Ativo Intangível	Economia Criativa	Teoria da Mensuração
---------------------	------------------	-------------------	----------------------

N	Título do periódico	Qualis	Ano									
			2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
29	GESTÃO & PLANEJAMENTO	B2	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem
30	GESTÃO.ORG - REVISTA ELETRÔNICA DE GESTÃO ORGANIZACIONAL	B2	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem
31	ORGANIZAÇÕES EM CONTEXTO (UMESP)	B2	Título: Capital Intelectual: Análise Bibliométrica e Mapeamento da Pesquisa no Período de 2000 a 2006 em Três Fóruns Brasileiros Autores: Gallon, Ensslin, Souza & Rover	Título: Validação de um Instrumento para Mensurar o Valor da Tecnologia de Informação (TI) para as Organizações Autores: Beltrame & Maçada	Não tem	Título: Influência do Capital Humano no Sistema de Inovação da Firma: A Formação de um Construto Autores: Santos & Popadiuk	Não tem	Não tem	Título: Importância E Contribuição Do Ativo Intangível: Percepção Dos Empreendedores De Micro E Pequenas Empresas Sobre O Capital Intelectual Autores: Carlos filho, Lagiola, Monteiro, Silva Filho, Araujo & Araujo	Não tem	Não tem	Título: Intangibilidade em Empresas Inovadoras no Brasil: um estudo com base no Índice Brasil de Inovação Autores: Gaffuri, Bianchi Silva & Igarashi
32	PENSAR CONTÁBIL (CRC-RJ)	B2	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Título: Avaliação dos ativos intangíveis no setor de construção civil brasileiro: Um estudo documental Autores: Ibanez, Vieira Neto & Almeida	Não tem	Não tem

Nota. Análise de periódicos QUALIS A1-A2-B1-B2 de periódicos brasileiros de administração e contabilidade dentre o período de publicação de 2008 a 2017. Legenda de temas abordados pelos artigos:

Capital Intelectual	Ativo Intangível	Economia Criativa	Teoria da Mensuração
---------------------	------------------	-------------------	----------------------

N	Título do periódico	Qualis	Ano									
			2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
33	REVISTA CATARINENSE DA CIÊNCIA CONTÁBIL (CRC-SC)	B2	Não tem	Título: Intangível e Realidade Objetiva Patrimonial Autor: Sá	Título: Mensuração dos ativos intangíveis de empresas listadas na bmf&bovespa por setor de atuação Autores: Miranda, Schnorrenberger, Gasparetto & Lunkes	Título: A relevância do cliente para um escritório de contabilidade: uma abordagem à compreensão do capital intelectual Autores: Sena & Petri	Título: Mensuração e Evidenciação de Ativos Intangíveis em Demonstrações Contábeis: O Estudo de Caso em um Clube de Futebol Brasileiro Autores: Alves, Behr & Raimundini	Título: A Adoção das Normas Internacionais de Contabilidade Ocasinou um Maior Reconhecimento dos Ativos Intangíveis no Brasil? Autores: Carlos Filho, Silva Filho, Lagioia, Silva & Araujo	Não tem	Não tem	Não tem	Título: Abordagens de avaliação de ativos intangíveis: uma revisão da literatura Autores: Silveira, Schnorrenberger, Gasparetto & Lunkes
34	REVISTA CIÊNCIAS ADMINISTRATIVAS (UNIFOR)	B2	Não tem	Não tem	Título: Ativos intangíveis como indicadores de gestão e sua contribuição para a vantagem competitiva Autores: Gunther, Pereira, Moretto Neto, Lock & Costa	Não tem	Não tem	Não tem	Título: Administração estratégica e indústria criativa: uma discussão sobre recursos e capacidades em grupos musicais Autores: Lima, Silveira, Matos & Xavier	Não tem	Não tem	Não tem

Nota. Análise de periódicos QUALIS A1-A2-B1-B2 de periódicos brasileiros de administração e contabilidade dentre o período de publicação de 2008 a 2017. Legenda de temas abordados pelos artigos:

Capital Intelectual	Ativo Intangível	Economia Criativa	Teoria da Mensuração
---------------------	------------------	-------------------	----------------------

N	Título do periódico	Qualis	Ano										
			2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	
35	REVISTA CIENTIFICA HERMES	B2	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Título: Análise da relação entre ativos intangíveis e os níveis de governança corporativa em que se encontram listadas as empresas na bm&fbovesp a Autores: Zittei, Moura & Hein	Não tem	Não tem
36	REVISTA DE ADMINISTRAÇÃO DA UNIMEP	B2	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Título: Evidenciação do capital intelectual pelas empresas do setor de telefonia fixa listadas na bolsa de valores, mercadorias e futuros – bm&fbovespa. Autores: Moura, Fank & Rausch	Não tem	Não tem	Não tem

Nota. Análise de periódicos QUALIS A1-A2-B1-B2 de periódicos brasileiros de administração e contabilidade dentre o período de publicação de 2008 a 2017. Legenda de temas abordados pelos artigos:

Capital Intelectual	Ativo Intangível	Economia Criativa	Teoria da Mensuração
---------------------	------------------	-------------------	----------------------



N	Título do periódico	Qualis	Ano									
			2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
37	REVISTA DE CONTABILIDADE DO MESTRADO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS DA UERJ	B2	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Título: O VALOR DA MARCA COMO UM ATIVO INTANGÍVEL: UM ESTUDO DE CASO DA WEG S.A. Autores: Teixeira, Petri & Marques	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Título: Um estudo sobre causalidade entre ativos intangíveis e desempenho econômico de empresas (2010 - 2014) Autores: Ritta, Cunha & Klann
38	REVISTA DE GESTÃO, FINANÇAS E CONTABILIDADE - RGFC (UNEB)	B2				Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Título: Intensidades das intangibilidades e desempenhos econômico-financeiros em empresas dos países do glenif Autores: Sprenger, Silvestre Brunozi & Kronbauer
39	REVISTA ELETRÔNICA DE ESTRATÉGIA E NEGÓCIOS	B2	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem

Nota. Análise de periódicos QUALIS A1-A2-B1-B2 de periódicos brasileiros de administração e contabilidade dentre o período de publicação de 2008 a 2017. Legenda de temas abordados pelos artigos:

Capital Intelectual	Ativo Intangível	Economia Criativa	Teoria da Mensuração
---------------------	------------------	-------------------	----------------------

N	Título do periódico	Qualis	Ano									
			2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
40	REVISTA ELETRÔNICA GESTÃO E SOCIEDADE	B2	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem

*Nota.* Análise de periódicos QUALIS A1-A2-B1-B2 de periódicos brasileiros de administração e contabilidade dentre o período de publicação de 2008 a 2017. Legenda de temas abordados pelos artigos:

Capital Intelectual	Ativo Intangível	Economia Criativa	Teoria da Mensuração
---------------------	------------------	-------------------	----------------------

N	Título do periódico	Qualis	Ano										
			2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	
41	REVISTA GESTÃO & TECNOLOGIA	B2	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem
42	REVISTA GESTÃO ORGANIZACIONAL - RGO	B2	Não tem	<p>Título: Investigação da produção científica sobre Capital Intelectual: um estudo entre os anos de 1996 e 2006 em publicações da área contábil</p> <p>Autores: Reina, Ensslin, Gallon &amp; Reina</p>	Não tem	Não tem	Não tem	<p>Título: Ativos Intangíveis, Grau de Inovação e o Desempenho das Empresas Brasileiras de Grupos Setoriais Inovativos</p> <p>Autores: Miranda, Vasconcelos, Silva Filho, Santos &amp; Maia</p>	<p>Título: O Efeito da Gestão do Capital Intelectual na Vantagem Competitiva: O Caso de um Grupo Empresarial com Atuação Predominante em Tecnologia</p> <p>Autores: Oliveira Filho, Lopes &amp; Oliveira</p>	Não tem	Não tem	Não tem	

Nota. Análise de periódicos QUALIS A1-A2-B1-B2 de periódicos brasileiros de administração e contabilidade dentre o período de publicação de 2008 a 2017. Legenda de temas abordados pelos artigos:

Capital Intelectual	Ativo Intangível	Economia Criativa	Teoria da Mensuração
---------------------	------------------	-------------------	----------------------

N	Título do periódico	Qualis	Ano										
			2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	
43	REVISTA PENSAMENTO CONTEMPORÂNEO EM ADMINISTRAÇÃO (UFF)	B2	SEM ACESSO										
44	SOCIEDADE, CONTABILIDADE E GESTÃO (UFRJ)	B2	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem
45	TECNOLOGIAS DE ADMINISTRAÇÃO E CONTABILIDADE	B2	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem
46	TEORIA E PRÁTICA EM ADMINISTRAÇÃO (UFPB)	B2	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Não tem	Título: Criatividade e Inovação Empresarial nas Indústrias Criativas Autores: Sousa, Nunes & Monteiro	Não tem	Não tem

*Nota.* Análise de periódicos QUALIS A1-A2-B1-B2 de periódicos brasileiros de administração e contabilidade dentre o período de publicação de 2008 a 2017. Legenda de temas abordados pelos artigos:

Capital Intelectual	Ativo Intangível	Economia Criativa	Teoria da Mensuração
---------------------	------------------	-------------------	----------------------

*Nota.* Análise de periódicos QUALIS A1-A2-B1-B2 de periódicos brasileiros de administração e contabilidade dentre o período de publicação de 2008 a 2017. Legenda de temas abordados pelos artigos:

Capital Intelectual	Ativo Intangível	Economia Criativa	Teoria da Mensuração
---------------------	------------------	-------------------	----------------------

**APÊNDICE B – Carta de apresentação para entrevista**

São Paulo, 17 de fevereiro de 2019

Prezado(a) Sr(a).:

Permita-me apresentar-me: Meu nome é Lucas Yan Machado Candido e estou concluindo o programa de Mestrado em Ciência Contábeis da Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado – FECAP, sob orientação da Professora Dra. Elionor Farah Jreige Weffort. Minha dissertação tem por objetivo identificar práticas de mensuração do capital intelectual das empresas de novas mídias.

Seria uma honra poder contar com sua colaboração cedendo um espaço de aproximadamente 30 minutos para uma entrevista com os profissionais da área de recursos humanos, pesquisa & desenvolvimento e/ou controladoria, que tivessem contato com a mensuração do capital intelectual dessa empresa.

Comprometemo-nos formalmente a não revelar em qualquer parte de nossas análises e conclusões, perante ninguém, o nome, cargo e empresa dos respondentes. As repostas serão tratadas no seu agregado estatístico como reveladores de tendências e nunca mediante identificação pessoal. Portanto, esta pesquisa tem finalidades exclusivamente acadêmicas. Ademais, comprometemo-nos, desde já, a encaminhar para V.Sa. uma versão final do resultado desta pesquisa.

Agradeço desde já a sua atenção.

Cordialmente,  
Lucas Yan Machado Candido  
Mestrando em Ciência Contábeis  
Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado – FECAP  
Skype: [lucasyanmc@outlook.com](mailto:lucasyanmc@outlook.com)  
E-mail: [lucas.yan@uol.com.br](mailto:lucas.yan@uol.com.br)

Dra. Elionor Farah Jreige Weffort  
Professora e Orientadora  
Fundação Escola de Comércio Álvares Penteado – FECAP  
(11) 3272-2222

## APÊNDICE C – Roteiro de entrevista

<b>Categorias</b>	<b>Subcategorias / Roteiro</b>	<b>Codificação / Hipóteses</b>
Caracterização do entrevistado	1) Há quantos anos você atua na empresa?	Sem codificação prévia
	2) Em qual área da empresa você atua?	Sem codificação prévia
	3) Essa empresa atua como integrante da economia criativa?	Entende que atua
		Entende que não atua
		Desconhece o termo
	4) O que você entende por capital intelectual?	Sem codificação prévia
5) A empresa divulga seu capital intelectual?	A empresa divulga CI	
	A empresa não divulga seu CI	
6) O quão relevante é (se sim) ou seria (se não) tal mensuração na sua percepção?	Muito relevante	
	Parcialmente relevante	
	Parcialmente irrelevante	
	Irrelevante	
7) Qual o papel da área que você atua no processo de mensuração do CI na empresa?	Não opinou	
	Gera a informação	
	Prepara/divulga a informação	
Relação do entrevistado com o CI	Audita a informação	
Prática de mensuração	8) Como esse capital intelectual é mensurado? Há algum método formal dessa mensuração? Quais são as etapas dessa mensuração?	<i>Balanced scorecard</i>
		<i>VAIC</i>
		<i>Intangible assets monitor</i>
		Método específico desenvolvido pela empresa
	Não mensura de forma quantitativa ou monetária	
9) Quais componentes do CI são mensurados pela empresa?	Sem codificação prévia	
10) Além da que você atua, que outras áreas da empresa geram informações para a mensuração do CI?	Recursos humanos	
	Pesquisa & Desenvolvimento	
	Outras (a definir)	
Fatores da empresa que influenciam a mensuração do CI	11) Quais são os principais fatores da empresa que estimulam o reconhecimento e mensuração desse capital intelectual?	Vantagem competitiva e benchmarking
		Atração de investidores e investimentos
		Explicar o vão entre valor contábil e valor contábil
		Melhorar reputação da empresa
		Outros (a definir)
	12) Quais são os principais fatores da empresa que inibem o reconhecimento e mensuração desse capital intelectual?	Regulamentação contábil
		Ausência de método formal de mensuração
		Ausência de consenso sobre a definição do tema
		Outros (a definir)

Nota. Análise de periódicos QUALIS A1-A2-B1-B2 de periódicos brasileiros de administração e contabilidade dentre o período de publicação de 2008 a 2017. Legenda de temas abordados pelos artigos:

Capital Intelectual	Ativo Intangível	Economia Criativa	Teoria da Mensuração
---------------------	------------------	-------------------	----------------------