

A Evidenciação do Capital Intelectual por Companhias Abertas Brasileiras: Uma Análise de Conteúdo

Rosemary Gelatti Backes

Ernani Ott

Daniela Wiethaeuper

Resumo:

Neste estudo, foram analisadas as informações sobre capital intelectual evidenciadas nos relatórios de administração de companhias abertas brasileiras, divulgados com data-base de 31/12/2003. Desenvolveu-se uma pesquisa documental aplicando a técnica de análise de conteúdo, nos relatórios das companhias listadas pela BOVESPA em nível 1 de governança corporativa. A aplicação dessa técnica envolveu a construção do instrumento de pesquisa composto por categorias referentes aos componentes de capital intelectual, o qual foi submetido ao teste de Spearman, comprovando-se a sua consistência interna. As diferenças entre os setores não se mostraram significativas e o teste de Pearson revelou a existência de correlação entre as variáveis tamanho dos relatórios e frequência das categorias de capital intelectual, o mesmo não ocorrendo em relação ao porte das companhias. Os resultados indicaram a divulgação com maior frequência da categoria capital estrutural, com destaque para a subcategoria responsabilidade social; seguida da categoria capital humano, na qual apresentou-se com maior número de sentenças a subcategoria treinamento/desenvolvimento dos funcionários; e da categoria capital de clientes, com evidência para a subcategoria imagem da empresa.

Área temática: *Gestão do Conhecimento e Capital Intelectual*

A Evidenciação do Capital Intelectual por Companhias Abertas Brasileiras: Uma Análise de Conteúdo

Rosemary Gelatti Backes (Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Brasil) gelattib@real.unisinos.br

Daniela Wiethaeuper (Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Brasil) dwiethaeuper@hotmail.com

Ernani Ott (Universidade do Vale do Rio dos Sinos – Brasil) Ernani@mercado.unisinos.br

Resumo

Neste estudo, foram analisadas as informações sobre capital intelectual evidenciadas nos relatórios de administração de companhias abertas brasileiras, divulgados com data-base de 31/12/2003. Desenvolveu-se uma pesquisa documental aplicando a técnica de análise de conteúdo, nos relatórios das companhias listadas pela BOVESPA em nível 1 de governança corporativa. A aplicação dessa técnica envolveu a construção do instrumento de pesquisa composto por categorias referentes aos componentes de capital intelectual, o qual foi submetido ao teste de Spearman, comprovando-se a sua consistência interna. As diferenças entre os setores não se mostraram significativas e o teste de Pearson revelou a existência de correlação entre as variáveis tamanho dos relatórios e frequência das categorias de capital intelectual, o mesmo não ocorrendo em relação ao porte das companhias. Os resultados indicaram a divulgação com maior frequência da categoria capital estrutural, com destaque para a subcategoria responsabilidade social; seguida da categoria capital humano, na qual apresentou-se com maior número de sentenças a subcategoria treinamento/desenvolvimento dos funcionários; e da categoria capital de clientes, com evidência para a subcategoria imagem da empresa.

Palavras-Chave: Conhecimento, Evidenciação Contábil, Capital Intelectual.

Área Temática: Gestão do Conhecimento e Capital Intelectual.

1 Introdução

As transformações, provocadas, principalmente, pela evolução tecnológica, atingem sobremaneira as organizações, fazendo com que os recursos do conhecimento passem a ser utilizados como fatores estratégicos para obtenção de vantagem competitiva em relação aos concorrentes. O conhecimento sempre existiu, o que mudou foi o nível de importância a ele atribuído, perceptível pela proporção significativa de investimentos em ativos intangíveis, em contraste com a irrelevância observada em outros tempos. Destacam-se, por exemplo, os investimentos na marca visando fixar a imagem da empresa ou produto no mercado, e na pesquisa e desenvolvimento de novos produtos, demonstrando a preocupação com a inovação.

Esses recursos do conhecimento atingem notoriedade a partir do termo ‘capital intelectual’ que, segundo Edvinsson e Malone (1998, p. 40), “é a posse de conhecimento, experiência aplicada, tecnologia organizacional, relacionamentos com clientes e habilidades profissionais que proporcionam à empresa uma vantagem competitiva no mercado”. Esses ativos, de natureza intangível, precisam ser eficazmente gerenciados para proporcionar benefícios futuros e, conseqüentemente, possibilitar a continuidade do negócio. Para que esse

processo de gerenciamento se desenvolva com eficiência, considera-se que esses recursos devam ser identificados, mensurados, reconhecidos contabilmente e divulgados.

Como as demonstrações contábeis são elaboradas com base nas Normas Brasileiras e Princípios Fundamentais de Contabilidade e, em atendimento à legislação fiscal, o capital intelectual não tem sido reconhecido nesses demonstrativos devido às dificuldades de identificação e mensuração. Por isso, o relatório de administração, que reúne informações de caráter espontâneo, descritivas e menos técnicas, se apresenta como uma opção para as companhias evidenciarem aos seus *stakeholders* informações sobre esses recursos intangíveis que contribuem para a criação de valor organizacional.

Diante do exposto, considerando a evidenciação do capital intelectual como uma atribuição da contabilidade, pelas características desse novo ambiente e seus reflexos no patrimônio das organizações, objetivou-se analisar as informações sobre capital intelectual evidenciadas por companhias abertas brasileiras.

2 Referencial Teórico

2.1 Definição de Capital Intelectual

Para Edvinsson e Malone (1998, p. 40), “o capital intelectual é a posse de conhecimento, experiência aplicada, tecnologia organizacional, relacionamentos com clientes e habilidades profissionais que proporcionam à empresa uma vantagem competitiva no mercado”. Os autores explicam o capital intelectual através de uma metáfora, comparando a empresa a uma árvore, cuja parte visível, constituída por tronco, galhos e folhas, representa o que é descrito em organogramas, relatórios anuais, demonstrações financeiras e outros documentos; as raízes, parte invisível, compõem o capital intelectual formado por fatores dinâmicos que embasam a empresa visível.

A metáfora exalta a amplitude atingida pelo capital intelectual. Ao compará-lo com as raízes ocultas que embasam a empresa visível, os autores reconhecem a contribuição desse grupo de ativos intelectuais na formação do resultado da empresa, o qual estaria representado pelos frutos. Segundo eles, os investimentos em capital intelectual são os instrumentos fundamentais para a criação de valor, e o seu não reconhecimento nas demonstrações contábeis pode ser percebido como uma limitação informativa da contabilidade.

Na definição de Stewart (1998, p. XIII), “o capital intelectual constitui a matéria intelectual – conhecimento, informação, propriedade intelectual, experiência – que pode ser utilizada para gerar riqueza”. “É a capacidade organizacional que uma organização possui de suprir as exigências de mercado” (STEWART, 1998, p. 69).

Diante do exposto, depreende-se que a definição de capital intelectual compreende um entendimento sobre a própria natureza dos denominados ativos intangíveis e de como eles criam valor para a organização. Na contabilidade não se desconhece a contribuição desses recursos para a formação do resultado, no entanto, o reconhecimento nas demonstrações contábeis exige uma mensuração confiável, o que tem se constituído em uma dificuldade ainda a ser superada, dado o caráter subjetivo dos mesmos.

2.2 Componentes do Capital Intelectual

Edvinsson e Malone (1998) estruturam o capital intelectual em três componentes básicos: *capital humano*, *capital estrutural* e *capital de clientes (ou relacional)*.

O *capital humano* inclui toda a capacidade, conhecimento, habilidade e experiência individual dos empregados e gerentes, bem como a capacidade de captar a dinâmica de uma organização inteligente em um ambiente competitivo em mudança, incluindo a criatividade e

a inovação organizacional. Edvinsson e Malone (1998) ressaltam o fato de que o capital humano não pode ser propriedade da companhia, ao contrário do capital estrutural, que pode ser possuído e, por consequência, negociado. Por exemplo, complementando esse raciocínio, destaca-se que a qualquer momento, um executivo pode desligar-se da companhia deixando como legado o conhecimento individual (conhecimento tácito), que é convertido em conhecimento organizacional (conhecimento explícito). Este se mantém na empresa sob a forma de capital estrutural, permitindo perpetuar a contribuição do capital humano para a empresa na cultura organizacional, também reconhecida como um ativo estrutural.

O *capital estrutural* é descrito por Edvinsson e Malone (1998) como o arcabouço, o *empowerment* e a infra-estrutura que apóiam o capital humano. Inclui fatores como a qualidade e o alcance dos sistemas informatizados, a imagem da empresa, os bancos de dados exatos, os conceitos organizacionais e a documentação, além de itens tradicionais como as marcas, patentes, marcas registradas e direitos autorais. É a capacidade organizacional em transmitir e armazenar o conhecimento.

Para Lev (2002, p. 07), a infra-estrutura organizacional é “o intangível que mais conta e sobre o qual menos conhecemos: o motor que cria valor entre os demais ativos”. Pode-se entender que realmente uma organização atingirá suas metas se tiver um suporte adequado para suprir e incentivar o capital humano a produzir com qualidade e motivação.

Ao organizar o capital estrutural, Edvinsson e Malone (1998) subdividem-no em três tipos: (a) capital organizacional, que abrange os investimentos da empresa em sistemas, instrumentos e filosofia operacional, agilizando o fluxo do conhecimento da organização; (b) capital de inovação, que inclui os dois ativos tradicionais que não possuem natureza física: a propriedade intelectual e a filosofia com a qual a empresa é administrada; e (c) capital de processos, constituído pelos processos, técnicas e programas direcionados aos empregados, que aumentam e ampliam a eficiência da produção ou da prestação de serviços.

O *capital de clientes (ou relacional)*, terceiro componente básico do capital intelectual, abrange as relações com o ambiente externo, especialmente clientes e fornecedores. Os autores afirmam que é no relacionamento com os clientes que o fluxo de caixa se inicia, o que permite complementar que esse relacionamento é um fator determinante para a formação do resultado e para a continuidade do negócio.

Brooking (1997) considera como componentes do capital intelectual: os ativos de mercado, de propriedade intelectual, centrados no indivíduo e de infra-estrutura. Para Stewart (1998), os componentes são: pessoas, estruturas e clientes, e para Sveiby (1998): competência individual, estrutura interna e estrutura externa.

Há um certo consenso entre os autores no que se refere aos componentes do capital intelectual, com algumas diferenças na nomenclatura adotada. Em suma, o capital intelectual é formado pela sinergia entre capital humano, capital estrutural e capital de clientes, ou seja, o capital intelectual compreende o capital humano e tudo o que deriva da aplicação do intelecto.

Considera-se o capital de clientes como derivado das habilidades do ser humano em se relacionar, manter estratégias de inovação que permitam o encantamento do cliente e, conseqüentemente, a retenção e lealdade dos mesmos. Já o capital estrutural, resulta da aplicação do conhecimento humano na melhoria dos processos, modelos de gestão eficazes, proporcionando uma organização estruturada de forma a criar e alavancar o conhecimento em prol da organização.

2.3 Evidenciação (*disclosure*) do Capital Intelectual

É importante compreender onde se insere a evidenciação ou *disclosure* no âmbito da ciência contábil, pois, de acordo com Iudícibus (1997, p. 81), “na verdade, o *disclosure* está ligado aos objetivos da contabilidade, ao garantir informações diferenciadas para os vários tipos de usuários”. Considerando esse raciocínio, a evidenciação do capital intelectual pode ser uma alternativa para a contabilidade atenuar as deficiências de informações sobre os recursos do conhecimento, principalmente, no que se refere à demanda de informação externa por parte de acionistas e investidores.

De acordo com Bukh (2003, p. 01), o capital intelectual tem sido considerado como parte integrante dos processos de criação de valor da empresa, sendo que vários estudos e pesquisas têm destacado que a demanda de comunicação externa de capital intelectual é crescente em empresas baseadas em conhecimento. Mouritsen, Bukh e Marr (2004), afirmam que os relatórios financeiros de empresas escandinavas não têm atendido a demanda crescente dos usuários externos de *disclosure* do capital intelectual. O argumento é que os relatórios financeiros são incapazes de evidenciar novos recursos como relacionamentos, conhecimento e outros ativos gerados internamente.

Bontis (2002), em estudo realizado em companhias canadenses, evidencia que somente um pequeno percentual das mesmas tem usado os termos relacionados ao capital intelectual em seus relatórios anuais. De acordo com a pesquisa, somente sete termos foram evidenciados de um total de 30 termos de capital intelectual. Contudo, o autor ressalta que estes se referem ao mais popular conceito da literatura de capital intelectual, sendo eles: propriedade intelectual (49 empresas), gestão do conhecimento (03 empresas), capital humano (03 empresas), valor e produtividade do funcionário (02 empresas), valor econômico agregado (06 empresas), capital intelectual (05 empresas), ativos intelectuais (02 empresas).

Baseando-se nos resultados da pesquisa, o autor recomenda às organizações que estão preocupadas com o relacionamento no mercado de capitais, que desenvolvam iniciativas visando o *disclosure* voluntário de capital intelectual. Tais iniciativas podem ser usadas, inicialmente, para o gerenciamento interno. Contudo, a meta final deve ser um relatório externo para os *stakeholders*.

Não existe obrigatoriedade de evidenciar o capital intelectual, entretanto, cada companhia tem um objetivo próprio e um público alvo na divulgação de determinada informação. O interesse na evidenciação do capital intelectual depende tanto da própria empresa – uma vez que a utilidade estaria no gerenciamento interno – quanto dos usuários externos, a partir de exigências que contemplem as suas necessidades informativas, de tal forma que venham a suprir o processo decisório. Nesse sentido, o *American Institute of Certified Public Accountants – AICPA* (2001), através do *Special Committee on Financial Reporting (Jenkins Committee)* indica que devem ser incluídos no *disclosure*, visando aumentar sua utilidade, os seguintes componentes: a) mais informações focadas para o futuro; b) *disclosures* não-financeiros sobre as estratégias de ganhos futuros como, por exemplo, relacionamento com clientes, qualidade de produtos/serviços, *know-how*, produtividade e inovação; e c) informações sobre capital intelectual e outros intangíveis que criam valor e proporcionam vantagem competitiva.

No Brasil, foram identificados alguns estudos como os de Gonçalves (2002), Ponte e Oliveira (2003), Piacentini (2004) e Steinbrenner (2004), sobre a evidenciação de informações espontâneas nos relatórios de administração. Os resultados desses estudos ressaltam a evidenciação de informações sobre alguns elementos que compõem o capital intelectual como recursos humanos, pesquisa e desenvolvimento, meio ambiente e outros. Outra referência é o estudo de Nossa (2002), que tratou do *disclosure* ambiental, fazendo uso da técnica análise de

conteúdo. O autor destaca que “a análise de conteúdo é pouco utilizada nas pesquisas contábeis de maneira geral, mas é fácil encontrar na literatura de contabilidade ambiental” (NOSSA, 2002, p. 173), referindo-se a estudos realizados em outros países.

3 Método de Pesquisa

O universo da pesquisa é constituído por 31 companhias abertas listadas pela BOVESPA em nível 1 de governança corporativa, no 1º semestre de 2004, justificado pelo fato de que as companhias que aderem ao conjunto de normas de conduta definidas pela BOVESPA em regulamento de listagem comprometem-se, entre outras práticas, com melhorias na prestação de informações ao mercado, delineando-se, assim, um perfil de empresas com potencial interesse em evidenciar o capital intelectual organizacional.

Desse universo, 2 companhias foram excluídas, resultando 29 companhias (Apêndice A). A exclusão deveu-se ao fato de que as companhias Brasil Telecom Participações e Brasil Telecom S.A possuíam o mesmo relatório de administração, tendo-se optado por excluir a primeira. As companhias Gerdau S.A. e Metalúrgica Gerdau apresentavam no relatório de administração conteúdo diferente apenas na seção informações não consolidadas, em que não constavam informações referentes às categorias de capital intelectual, optando-se, então, pela exclusão da Metalúrgica Gerdau para que não ocorresse contagem dupla das categorias.

Os dados para as análises foram coletados nos relatórios de administração do ano de 2003, das 29 companhias, disponíveis na página da BOVESPA. Para a análise documental, utilizou-se a técnica análise de conteúdo, a qual, de acordo com Neuendorf (2002, p. 01), “pode ser definida como análise quantitativa, objetiva e sistemática de características de mensagens”. Como um instrumento de investigação, essa técnica possibilitou a análise de conteúdo dos relatórios de administração das companhias objeto de estudo, no que se refere a evidenciação do capital intelectual, permitindo a compreensão da essência do conteúdo apresentado nos respectivos documentos.

Para aplicação da técnica definiu-se o relatório de administração como a unidade de coleta de dados, a sentença (reunião de palavras que formam um sentido completo; frase) foi definida como unidade de análise para codificar e quantificar o *disclosure* de capital intelectual em cada categoria. Utilizou-se a frequência de categorias que evidenciou a importância de uma unidade de registro à medida que aumentou a sua evidenciação.

As categorias foram formadas adotando-se a classificação de capital intelectual sugerida no referencial teórico em relação aos componentes de capital intelectual (EDVINSSON; MALONE, 1998) e, praticamente, comum a todos os autores referenciados: capital humano, capital estrutural e capital de clientes. Na definição das subcategorias considerou-se o que foi abordado pelos autores no item componentes de capital intelectual (EDVINSSON; MALONE, 1998; STEWART, 1998; BROOKING, 1997 e SVEIBY, 1998).

Diversas subcategorias, embora não contempladas pelos autores estudados, foram consideradas tendo em vista o entendimento de que tais ações caracterizam-se como movimentos no sentido de criar ou agregar capital intelectual, a exemplo da responsabilidade social, governança corporativa e práticas ambientais.

Vale lembrar a ocorrência de divergências entre os autores no que se refere à classificação de certas ações (subcategorias) como integrantes de um ou outro componente de capital intelectual (categorias). Como exemplo, pode-se citar a divergência no que se refere à imagem corporativa, pois Edvinsson e Malone (1998) consideram-na como integrante do

capital estrutural e Sveiby (1998) como estrutura externa, que inclui o conhecimento gerado pelas relações entre a empresa e os agentes externos.

Nesse sentido, a marca corporativa e as marcas dos produtos são consideradas como capital estrutural por compreenderem as ações da organização na criação de valor a partir de uma marca forte no mercado. A imagem corporativa é vista como capital de clientes, ou seja, é a resposta do ambiente externo para essas ações ou à filosofia organizacional.

A partir dessa perspectiva, para cada uma das três categorias foram definidas diversas subcategorias (Apêndice D). A partir disso, iniciou-se a codificação dos relatórios de administração das companhias objeto de estudo, tomando-se como base os códigos relativos a cada categoria e subcategoria. Destaca-se que na codificação das sentenças em cada categoria, não se considerou somente a identificação do termo correspondente à subcategoria, mas levou-se em consideração a compreensão do pesquisador na identificação das mensagens às subcategorias correspondentes.

Em alguns relatórios havia títulos como “mensagem aos acionistas”, “mensagem do presidente” ou “mensagem da administração”, os quais foram considerados na codificação, pois na análise foram validadas todas as mensagens dirigidas aos usuários, mesmo sob a forma descritiva. Não foram codificadas as informações contidas nos relatórios de administração das controladas ou coligadas, considerando-se somente as informações referentes à própria companhia objeto de análise.

Salienta-se que a técnica de análise de conteúdo aplicada neste estudo iniciou-se de forma qualitativa, através da leitura e interpretação das mensagens dos textos e posteriormente incluiu-se uma abordagem quantitativa, a partir da codificação e contagem da frequência de cada categoria ou subcategoria observada, possibilitando análises estatísticas.

A análise interpretativa pode em larga medida ser influenciada pela subjetividade do pesquisador. Nesse sentido, visando diminuir possíveis efeitos nos resultados da pesquisa provocados pelo grau de subjetividade do pesquisador, adotou-se cuidados metodológicos apropriados. Na análise qualitativa tomou-se por base uma teoria congruente para determinação do instrumento de pesquisa, e as codificações das sentenças de acordo com as respectivas categorias e subcategorias foram discutidas com outro interlocutor, servindo de juiz do processo de codificação dos dados. Além disso, em um segundo momento, a abordagem qualitativa se transformou em quantitativa, buscando atestar a validade interna do instrumento através do cálculo das correlações, com a finalidade de verificar se a escala estava medindo o construto esperado.

O estudo envolveu o tratamento dos dados (frequências das categorias) através da aplicação de testes estatísticos com a utilização do *software Statistical Package for Social Sciences* (SPSS) for Windows, versão 12.0. Nas análises estatísticas realizadas, consideraram-se como elementos específicos das companhias: porte, setor de atividade e tamanho do relatório de administração. Como porte das companhias tomou-se por base o montante de receita bruta de vendas, coletado a partir da demonstração de resultado consolidado.

Com relação ao setor de atividade, adotou-se como referência a identificação das companhias ao respectivo porte fornecido na página da BOVESPA, codificadas em números ordinais. Para representar o tamanho dos relatórios de administração, tomou-se por base o número de laudas dos documentos.

Para constatar a presença da contabilidade como fonte de informação de capital intelectual, identificou-se a maneira como a informação foi apresentada nos relatórios de administração. Assim, as sentenças foram codificadas de acordo com o tipo de *disclosure*

apresentado, tomando-se por base o estudo de Nossa (2002) na definição dos tipos de *disclosure*.

Fundamentado em Salomone e Galluccio (2001), Gray *et al.* (*apud* NOSSA, 2002), e Hackston e Milne (*apud* NOSSA, 2002), as categorias de *disclosure* consideradas neste estudo são listadas a seguir. (1) declarativa, quando somente a informação qualitativa é apresentada e expressa em termos puramente descritivos; (2) quantitativa não-monetária, quando a informação quantitativa é apresentada e expressa em números de natureza não financeira; (3) quantitativa monetária, quando a informação quantitativa é apresentada e expressa em números de natureza financeira; (4) quantitativa monetária e não-monetária: quando a informação quantitativa é apresentada e expressa em números de natureza financeira e não-financeira.

4 Análise dos Resultados

4.1 Consistência Interna do Instrumento de Análise

Para identificar a consistência interna do instrumento de análise, efetuou-se o teste de correlação de *Spearman* (Apêndice B), que apresentou os seguintes resultados de correlação e os respectivos coeficientes de determinação, ao nível de significância $p < 0,001$: AB = 0,677 (0,45); AC = 0,556 (0,31); BC = 0,655 (0,43). Isso quer dizer, por exemplo, no caso das categorias A e B, que B estaria explicando 46 % da variância de A; C explicaria 31% da variância de A; e B explicaria 43% da variância de C. Esses resultados de correlação indicam que o instrumento parece medir um conceito, possivelmente, o Capital Intelectual. Além disso, a confirmação da consistência interna do instrumento atesta a possibilidade de sua utilização em futuras pesquisas.

4.2 Frequência das Categorias de Capital Intelectual

No que se refere à frequência total das categorias de capital humano, capital estrutural e capital de clientes nas companhias analisadas (Apêndice A), a pesquisa revelou que a **Companhia Brasil Telecom** apresentou a maior frequência de sentenças em todas as categorias de capital intelectual, com 115 sentenças em capital humano (33% das sentenças nessa categoria); 163 sentenças em capital estrutural (20,1% do total de sentenças nessa categoria); e 52 sentenças referindo-se ao capital de clientes (18,85 % das sentenças alocadas para essa categoria). Os resultados elevados de frequência das sentenças sobre capital intelectual nessa companhia, comparados com a frequência da evidenciação das demais companhias, indicam um caso de *outlier*, resultando na sua exclusão dos testes estatísticos para evitar influências exageradas nos resultados.

A posição dessa companhia como a primeira no *ranking* das companhias estudadas na frequência de categorias de capital intelectual evidenciadas, deve-se ao fato de que seu relatório de administração apresenta uma seção denominada 'Relatório Social', contendo 14 páginas de informações qualitativas e quantitativas sobre projetos culturais, projetos sociais e esportivos, programa de qualidade de vida, programa de voluntariado, qualidade em RH, estratégia de seleção e de remuneração, benefícios, treinamento, saúde, segurança e meio ambiente, e quadro de pessoal.

Identificou-se como segunda classificada na categoria capital humano, com 8,6% das sentenças, a **Companhia Gerdau**. Na categoria capital estrutural classificou-se em segundo lugar a **Companhia Cemig** (11,8% das sentenças). Na categoria capital de clientes, destacou-se em segundo lugar a **Companhia Bradesco** (12,3% das sentenças). Sete companhias (24,1%) não apresentaram nenhum tipo de informação sobre a categoria capital humano; duas (6,9%) não apresentaram qualquer informação sobre o capital estrutural e cinco (17,2%) não evidenciaram informações sobre o capital de clientes.

Em síntese, considerando que no universo da pesquisa figuram as companhias que possuem compromisso com a divulgação de informações ao mercado, interessadas em manter uma relação de transparência com seus grupos de interesse, percebe-se que a evidenciação de informações sobre o capital intelectual ainda carece de maior atenção, haja vista a evolução significativa da importância desse recurso nas organizações. Prova disso, é que apenas 5 das 29 companhias apresentaram um número superior a 100 sentenças codificadas e apenas uma companhia (Brasil Telecom) obteve a frequência de 330 sentenças sobre capital intelectual.

4.3 Tipo de Evidenciação nas Categorias de Capital Intelectual

Nessa análise objetivou-se verificar se as informações referentes ao capital intelectual das companhias analisadas estão sendo evidenciadas de forma apenas **declarativa** ou se existem evidenciações **quantitativas não-monetárias** ou **monetárias**, o que seria um indício bastante forte da presença da contabilidade na geração dessas informações.

Os resultados revelam que o tipo de evidenciação **declarativo** (tipo 1) foi o mais utilizado para evidenciar informações sobre capital intelectual nos relatórios de administração das companhias estudadas, estando presente em 184 sentenças de capital humano, 621 sentenças de capital estrutural e 227 sentenças de capital de clientes, equivalendo a 71,9% do total das sentenças. As informações **quantitativas não-monetárias** (tipo 2) constituem a segunda maior preferência, com um total de 272 sentenças nas três categorias (18,9%), seguindo-se as informações do tipo 4, **quantitativas monetárias e não-monetárias**, com 4,9% e o tipo 3 de *disclosure*, informações **quantitativas monetárias**, com 4,3% das sentenças.

Considerando que a contabilidade se expressa através de informações não-monetárias (físicas) e monetárias (financeiras), pode-se concluir que há evidências de sua colaboração direta em 28,1% (18,9% + 4,3% + 4,9%) das sentenças computadas nos relatórios de administração sobre capital intelectual das companhias.

Analisando os resultados das médias encontradas para a frequência das categorias, propriamente ditas, pode-se mencionar que a categoria capital estrutural alcançou a média de 23,18 enquanto que a categoria capital humano apresentou a média de 8,32 e a categoria capital de clientes obteve a média 8. A dispersão em torno da média, medida pelo desvio - padrão apresentou os seguintes resultados: capital humano (DP = 9,76), capital estrutural (DP = 26,01) e capital de clientes (DP = 8,83).

Os resultados do teste-t de *Student* (teste de amostras pareadas) (Apêndice B) indicam diferenças altamente significativas entre as categorias: capital humano e capital estrutural ($t_{(A;B)} = -3,82$; $p = 0,001$) e capital estrutural e capital de clientes ($t_{(B;C)} = 3,73$; $p = 0,001$). As diferenças entre capital humano e capital de clientes ($t_{(A;C)} = 0,17$; $p = 0,865$) não foram significativas.

4.3.1 Tipo de evidenciação por categoria e subcategorias de capital humano

A pesquisa evidenciou que das 348 sentenças relativas à categoria capital humano (Apêndice D), 184 (52,9%) foram de informações declarativas, 100 (29,7%) de informações quantitativas não-monetárias, 22 (6,3%) de informações quantitativas monetárias, e 42 (12,1%) de informações expressas em números de natureza financeira e não-financeira (monetária e não-monetária).

A subcategoria **treinamento/desenvolvimento/capacitação** dos funcionários apresentou o maior número de sentenças referentes ao capital humano (96 ou 27,6%), sendo que dessas, 55 (57,29%) apresentaram-se em forma monetária e 30 (31,25%) eram do tipo quantitativa não-monetária.

Torna-se oportuno destacar o estudo realizado por Backes *et al.* (2004), que teve por objetivo confirmar a afirmação de que investimentos em capital humano impactam positivamente nos resultados das empresas. O estudo envolveu realização de teste estatístico com a utilização de dados do Balanço Social de 150 empresas, abrangendo o período de 1999 a 2002. O resultado do teste (dados em painel - método *fixed effects weights*) atingiu nível de significância $< 0,05$ (t estatístico = 0,000; F estatístico = 0,000), evidenciando um coeficiente de determinação de 0.768, o que indica que a variação no resultado operacional (variável dependente) é explicada em 77% pelos investimentos em educação (variável independente), capacitação e desenvolvimento profissional dos funcionários (variável independente).

Como se pode observar o estudo indica relação positiva entre os investimentos em educação e capacitação/desenvolvimento dos funcionários e os resultados organizacionais, contudo, há de se considerar que o resultado organizacional é influenciado por inúmeras variáveis como, por exemplo, qualidade dos produtos, preço, inovação, estratégias empresariais, condições de mercado, embora muitas dessas variáveis possuam relação direta ou indireta com o nível de qualificação dos funcionários.

Pode-se considerar a evidenciação de informações sobre essa subcategoria como de grande importância para o usuário da informação contábil, em especial, o investidor, pois é um indicativo de que a companhia busca o aperfeiçoamento de sua força de trabalho para maximizar resultados e manter-se competitiva, mesmo que isso não esteja explícito em suas estratégias.

Em segundo lugar classificou-se a subcategoria **benefícios**, com 25,3% das sentenças, apresentando 26 sentenças do tipo informações quantitativas monetárias e não-monetárias (29,54%), o maior número de sentenças para esse tipo de *disclosure*. A subcategoria **clima organizacional** situou-se em terceiro lugar, com 13,5% das sentenças.

No que se refere à subcategoria **ativo/recurso**, buscou-se identificar nos relatórios o grau de importância atribuído de forma explícita aos funcionários. Observou-se que apenas 3,4% das companhias se referem aos funcionários como um ativo ou recurso organizacional. Salienta-se que para alocar a sentença a essa subcategoria, não foi considerada apenas a ocorrência dos termos 'ativo/recurso', mas a interpretação como agentes importantes na formação do resultado organizacional.

Pode-se perceber, através da análise das subcategorias da categoria capital humano, que as companhias, de maneira geral, demonstram ao público externo a intenção em manter os colaboradores satisfeitos, através da profissionalização, benefícios e clima organizacional satisfatório. Essa estratégia, sob o ponto de vista da organização, parte da premissa de que trabalhadores satisfeitos desempenham suas funções com motivação, produzindo melhores resultados. Não obstante, pode-se supor que as companhias analisadas reconhecem a contribuição efetiva dos funcionários na criação de riqueza, mesmo não o fazendo explicitamente. Para efeitos de divulgação externa, a evidenciação dessas informações permite ao usuário traçar expectativas otimistas com relação à continuidade do negócio e ao retorno do investimento.

4.3.2 Tipo de evidenciação por categoria e subcategorias de capital estrutural

Os resultados da pesquisa indicaram que das 812 sentenças relativas à categoria capital estrutural (Apêndice D), 621 (76,5%) são declarativas, 127 (15,6%) informações quantitativas não-monetárias, 38 (4,7%) informações quantitativas monetárias e 26 (3,2%) informações de natureza monetária e não-monetária.

A subcategoria **responsabilidade social** apresenta a maior frequência na categoria capital estrutural (41,5%), seguida das **práticas ambientais** (16,9%) e da **governança corporativa** (14,7%). A inclusão dessas três subcategorias na categoria capital estrutural, levou em conta as ações da administração que podem impactar positivamente na percepção do seu público externo, comunidade, no caso da responsabilidade social e das práticas ambientais, ou os acionistas, no caso da governança corporativa, convertendo-se em criação de valor a partir do bom relacionamento com estes públicos.

Nota-se que o tipo de informação puramente declarativa é preponderante na categoria capital estrutural, pois foi evidenciado em 76,5% das sentenças. Pode-se atribuir como causa do número mais elevado de *disclosure* do tipo 1 (declarativo) à categoria capital estrutural, o fato da Companhia Brasil Telecom apresentar um relatório social qualitativo contendo informações sobre projetos culturais, sociais e esportivos, resultando em 93 sentenças codificadas na subcategoria responsabilidade social.

Considerando a frequência absoluta, percebe-se que na categoria capital estrutural foram apresentadas 26 sentenças utilizando o tipo de *disclosure* 4 (quantitativa monetária e não-monetária), enquanto que na categoria capital humano, tabela 2, a quantidade era de 42 sentenças com esse tipo de *disclosure*, sobressaindo-se a subcategoria benefícios.

É imperativo destacar a presença do tipo de *disclosure* quantitativo - monetário referindo-se ao valor das **marcas corporativas**, transparecendo os esforços no sentido de atribuir valor a esse ativo intangível. O estudo evidenciou a presença tímida de sentenças referindo-se à marca corporativa (9), seis das quais foram apresentadas sob a forma de *disclosure* declarativo e três de *disclosure* quantitativo - monetário.

Por exemplo, no relatório do Banco Itaú o valor monetário da marca corporativa é expresso da seguinte forma: “Pela segunda vez consecutiva, a Interbrand, líder mundial em consultoria de marcas, considerou a marca Itaú como a de maior valor do Brasil, avaliada em US\$ 1.093 milhões”. A Companhia Perdigão S.A. também faz uso de *disclosure* quantitativo monetário nas informações sobre a marca expressando: “A Perdigão foi considerada uma das marcas mais valiosas do Brasil, avaliada em US\$ 100 milhões, segundo estudo realizado pela Interbrand” A Companhia Sadia SA também se refere ao valor da marca corporativa, contudo, não expressa o seu valor monetário: “Em 2003, mais uma vez, a Sadia foi apontada como a marca mais valiosa do setor de alimentos brasileiro pela consultoria britânica Interbrand”.

Como se observa, o Banco Itaú e a Perdigão informam o valor monetário atribuído à sua marca, enquanto que a Sadia o faz através de informação puramente declarativa. Nota-se que os dois primeiros textos possuem maior impacto para o usuário da informação, pois ao apresentar o valor monetário da marca corporativa, as companhias agem com maior transparência em relação aos seus *stakeholders*.

4.3.3 Tipo de evidenciação por categoria e subcategorias de capital de clientes

Na categoria capital de clientes, das 276 sentenças codificadas (Apêndice D), 227 (82,2%) são declarativas, 45 (16,3%) informações quantitativas não-monetárias, 2 (0,7%) informações quantitativas - monetárias e 2 (0,7%) informações de natureza monetária e não-monetária.

Nessa categoria, destaca-se o número de sentenças apresentado na subcategoria **imagem da empresa** (107 sentenças ou 38,8%), na qual foram incluídas as declarações que se referiam a imagem da empresa, propriamente dita, e os prêmios recebidos como reconhecimento do público externo ao trabalho efetuado pela companhia, deixando transparecer uma imagem positiva no mercado.

Ainda, em relação a essa subcategoria, prevaleceu o tipo de *disclosure* declarativo (101 sentenças ou 94,4%), o qual representa 82,2% das informações divulgadas pelas companhias na categoria capital de clientes.

A **participação no mercado** apresentou-se como a segunda subcategoria com maior número de sentenças na categoria capital de clientes (15,6%).

4.4 Categorias de Capital Intelectual e Elementos Específicos das Companhias

Os setores **materiais básicos, telecomunicações e utilidade pública** apresentaram o maior número de sentenças de capital intelectual em seus relatórios de administração, com 23,1%, 23% e 16,2%, do total de sentenças, respectivamente, destacando-se informações sobre a categoria capital estrutural. Para verificar se as frequências das categorias são significativamente diferentes de um setor para outro, foi utilizado o teste ANOVA (Apêndice C), cujos resultados indicam que as diferenças não são significativas ($p > 0,005$). Salienta-se que para os testes estatísticos foram excluídos dois setores, telecomunicações (2) e construção e transporte (5), pelo fato de ambos apresentarem apenas uma companhia e, assim, prejudicarem a consecução do referido teste.

Pode-se inferir que o setor de telecomunicações tenderia a praticar maior evidenciação de informações sobre o capital intelectual, entretanto não se pode confirmar esse raciocínio devido à baixa representatividade desse setor no estudo, tendo em vista que é representado no universo de pesquisa por apenas uma companhia: a Brasil Telecom, que apresentou a maior frequência de sentenças codificadas.

No que se refere ao elemento específico 'tamanho dos relatórios', constatou-se que o grupo das companhias mostrou-se heterogêneo no que se refere ao número de laudas dos relatórios de administração (Apêndice A). O teste estatístico utilizado entre as variáveis, tamanho do relatório e a frequência das categorias de capital intelectual, foi o teste de correlação de *Pearson* (Apêndice C), cujos resultados demonstram a existência de correlação linear entre as variáveis testadas ao nível de significância $< 0,05$.

Observando os resultados do teste, pode-se perceber, por exemplo, que para o tam/laudas e capital estrutural (B), o coeficiente de correlação linear entre as variáveis é de 43,7% com um nível de significância $p < 0,05$, sendo que o coeficiente de determinação entre essas variáveis é de 19%. Portanto, fica evidente que o **tamanho dos relatórios** possui força de relação linear entre a frequência das categorias capital humano, capital estrutural e capital de clientes, ou de outra forma, a variação no tamanho do relatório tem relação com a variação na frequência das categorias de capital intelectual.

Para verificar a correlação existente entre as variáveis frequências das categorias de capital intelectual e porte das companhias, aplicou-se o teste de *Pearson* (Apêndice C), cujos resultados indicam que o **porte das companhias** não possui correlação com a variação da frequência das categorias de capital intelectual nos relatórios de administração das companhias analisadas, pois o teste apresentou nível de significância $> 0,05$ nas variáveis analisadas. Contudo, o resultado de t estatístico = 0,058 para a variável capital humano estaria indicando uma tendência positiva entre a receita das companhias e a evidenciação de capital intelectual.

Finalmente, constatou-se que as companhias estudadas não utilizam estrutura de apresentação das informações sobre o capital intelectual que apresente similaridade com o que foi tratado no referencial teórico, ou seja: capital humano, capital estrutural e capital de clientes, embora as informações sobre capital humano encontram-se segregadas em seções próprias denominadas de recursos humanos e gestão de pessoal, em 51,72% das companhias, ou incluídas nos relatórios sociais.

5 Conclusão

Os relatórios de administração surgem como uma alternativa capaz de revelar aos *stakeholders* informações referentes ao capital intelectual das companhias. Isso se torna possível por se tratar de um demonstrativo menos técnico e que abrange informações consideradas espontâneas, permitindo aprimorar o processo de tomada de decisões dos usuários e, inclusive, cumprir com os objetivos da contabilidade no que se refere à evidenciação de informações que possam contribuir na avaliação de tendências e predições futuras.

Considerando a análise da frequência das categorias de capital intelectual evidenciadas, pôde-se constatar a ocorrência de 1436 sentenças com informações sobre capital intelectual nos relatórios de administração das companhias analisadas, sendo que a categoria capital estrutural apresentou a maior frequência (56,5%), seguida da categoria capital humano (24,3%) e capital de clientes (19,2). Na categoria capital estrutural destacou-se a subcategoria responsabilidade social com 41,5% das sentenças, na categoria capital de clientes evidenciou-se a subcategoria imagem da empresa com 38,8% das sentenças e na categoria capital humano o destaque foi para a subcategoria treinamento/desenvolvimento dos funcionários com 27,6% das sentenças.

A evidenciação de informações referentes a responsabilidade social nos relatórios analisados, reflete a preocupação das companhias em demonstrar para o público externo seu compromisso com o desenvolvimento sustentável. Os recursos financeiros, materiais e humanos mantém as organizações em atividade, por isso a responsabilidade social funciona como uma ação no sentido de manter as fontes de recursos ativas. A responsabilidade social foi considerada neste estudo como capital estrutural, por compreender a cultura e a ética empresarial e as ações que visam provocar uma imagem de transparência ao público interno e externo, de forma a agregar valor através de uma imagem responsável.

A subcategoria imagem da empresa, com maior frequência na categoria capital de clientes, vem confirmar que as atitudes socialmente responsáveis impactam a percepção do público em relação à imagem da empresa, pois nessa subcategoria foram informados, na maioria das sentenças, os prêmios recebidos pelas companhias como a resposta do público em relação às suas ações que, em muitos casos, têm relação com a responsabilidade social, através de títulos como: empresa cidadã, classificação entre as cem melhores empresas para se trabalhar, excelência empresarial e padrão de qualidade.

A subcategoria treinamento/desenvolvimento dos funcionários apresentou maior frequência na categoria capital humano e denota a preocupação das companhias em evidenciar informações referentes a estratégias de desenvolvimento do capital humano. Contudo, ressalta-se que a preferência das companhias analisadas é evidenciar tais estratégias a partir de informações não-monetárias (88,54%), o que pode dificultar análises mais apuradas sobre as dimensões e resultados dessas estratégias de desenvolvimento profissional.

No tocante a análise da influência de elementos específicos de cada companhia na evidenciação de capital intelectual, considerados para tanto o setor, o porte e o tamanho dos relatórios, conclui-se que as diferenças entre os setores não são significativas e que o porte não apresentou correlação com a frequência de capital intelectual, ao contrário da relação entre tamanho dos relatórios e a frequência de categorias de capital intelectual, que indicou presença de correlação.

Finalmente, dadas as evidências obtidas no estudo, pode-se considerar que a divulgação de informações sobre capital intelectual nos relatórios de administração das companhias abertas brasileiras participantes do estudo ainda é incipiente, considerando que o

universo de companhias analisadas possui compromisso com a transparência, como propósito de governança corporativa, e, portanto, tende a ser o grupo de companhias com maior probabilidade de evidenciar esse tipo de informação, tendo em vista a importância que vem sendo atribuída a esses recursos nas organizações.

Referências

AICPA - *American Institute of Certified Public Accountants. AICPA Supports Improved Business Reporting.* In: CPA Letter, abril 2001. Disponível em:

<http://www.findarticles.com/p/articles/mi_m0HYW/is_3_81/ai_73536946> Acesso em: 03 jul. 2004.

BACKES, Rosemary G. *et al.* **A Relação entre os Investimentos em Capital Humano e os Resultados Organizacionais.** XI Congresso Brasileiro de Custos. Porto Seguro, BA, 2004.

BONTIS, Nick. **Intellectual Capital Disclosure in Canadian Corporations.** In: *Journal of Human Resource Costing and Accounting.* 2002. p. 9-20. Disponível em: <<http://www.business.mcmaster.ca/mktg/nbontis/ic/publications/BontisJHRCA.pdf>> Acesso em: 03 jul. 2004.

BROOKING, Annie. **El Capital Intelectual: el principal activo de las empresas del tercer milenio.** Barcelona: Paidós Ibérica. 1997.

BOVESPA. **Níveis de Governança Corporativa – Empresas Listadas no Nível 1.** Disponível em: <<http://www.bovespa.com.br/>> Acesso em: 11 mar. 2004.

BUKH, Nikolaj. **The Relevance of Intellectual Capital Disclosure: a paradox?.** *Accounting, Auditing & Accountability Journal.* Vol. 16, No. 1, 2003, p. 49-56. Disponível em: <http://www.pnbukh.com/PDF_ARTIKLER/the_relevance_of_intellectual_capital.pdf> Acesso em: 03 jul. 2004.

EDVINSSON, Leif; MALONE, Michael S.. **Capital Intelectual.** São Paulo: Makron Books, 1998.

GONÇALVES, Odair. **Um Estudo Exploratório sobre a Evidenciação nas Companhias Abertas com Atuação no Brasil.** São Leopoldo: UNISINOS. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis), Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 2002.

HENDRIKSEN, Elton S.; VAN BREDÁ, Michael F.. **Teoria da Contabilidade.** São Paulo: Atlas 1999.

IUDÍCIBUS, Sérgio de. **Teoria da Contabilidade.** 5 ed. São Paulo: Atlas. 1997.

LEV, Baruch. **Ativos Intangíveis: o que vem agora?** Abril, 2002. Disponível em: <http://www.jrbrands.com.br/PDFs/intangibles_next_port.pdf> Acesso em: 15 fev. 2004.

MOURITSEN, Jan; BUKH, Per Nikolaj; MARR, Bernard. **Reporting on Intellectual Capital: why, what and how?** In: *Measuring Business Excellence.* Vol. 8 No 1, 2004. p. 46-54. Disponível em: <[http://www.pnbukh.com/PDF_ARTIKLER/2004,%20Reporting%20on%20IC%20\(Mouristen,%20Bukh,%20Marr\).pdf](http://www.pnbukh.com/PDF_ARTIKLER/2004,%20Reporting%20on%20IC%20(Mouristen,%20Bukh,%20Marr).pdf)> Acesso em: 04 jul. 2004.

NEUENDORF, Kimberly A. **The Content Analysis Guidebook.** Thousand Oaks, CA: Sage publication, 2002.

NOSSA, Valcemiro. **Disclosure Ambiental: uma análise do conteúdo dos relatórios ambientais de empresas do setor de papel e celulose em nível internacional.** São Paulo: FEA/USP. Tese (Doutorado em Controladoria e Contabilidade), Universidade de São Paulo, 2002.

PIACENTINI, Neusa. **Evidenciação Contábil: uma análise da prática nas companhias abertas listadas no nível 1 e 2 de governança corporativa da Bovespa.** São Leopoldo: UNISINOS. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis), Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 2004.

PONTE, Vera Maria R.; OLIVEIRA, Marcelle C. **A Prática de Evidenciação de Informações Avançadas e Não Obrigatórias das Demonstrações Contábeis das Empresas Brasileiras.** XVII ENANPAD, Atibaia, SP, 2003.

SALOMONE, Roberta; GALLUCCIO, Giulia. **Environmental Issues and financial Reporting Trends: a survey in the chemical and oil & gas industries.** Jun. 2001. Disponível em: <http://www.feem.it/web/attiv/_attiv.html> Acesso em 18 de nov. 2004.

SCHMIDT, Paulo; SANTOS, José Luiz dos. **Avaliação de Ativos Intangíveis.** São Paulo: Atlas, 2002.

STEWART, Thomas A. **Capital Intelectual: a nova vantagem competitiva das empresas.** 9 ed. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

STEINBRENNER, Anélia Franceli. **Análise do Nível de Aderência de Companhias de Capital Aberto às Práticas de Evidenciação de Informações Contábeis Espontâneas**. São Leopoldo: UNISINOS. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis), Universidade do Vale do Rio dos Sinos, 2004.

SVEIBY, Karl Erik. **A Nova Riqueza das Organizações**. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

APÊNDICES

Apêndice A

| Companhia | Setor | Porte (mil reais) | Tamanho (nºlaudas) | Capital Humano | Capital Estrutural | Capital de Clientes | Total |
|---------------|---------------------|----------------------|-----------------------|-------------------|-----------------------|------------------------|-------------|
| Alpargatas | Consumo Cíclico | 1.245.792 | 10 | 6 | 26 | 10 | 42 |
| Aracruz | Materiais Básicos | 3.356.563 | 13 | 21 | 66 | 17 | 104 |
| Bradesco | Financeiros/outros | 27.529.706 | 45 | 15 | 54 | 34 | 103 |
| Bradespar | Financeiro/outros | 3.390.118 | 15 | 0 | 2 | 3 | 5 |
| Brasil Telec. | Telecomunicações | 11.077.381 | 52 | 115 | 163 | 52 | 330 |
| Brasken | Materiais Básicos | 12.544.672 | 32 | 25 | 43 | 14 | 82 |
| Cedro | Consumo Cíclico | 363.727 | 9 | 5 | 21 | 1 | 27 |
| Cemig | Utilidade Pública | 7.967.945 | 33 | 20 | 96 | 25 | 141 |
| Cia Hering | Consumo Cíclico | 336.595 | 5 | 2 | 5 | 7 | 14 |
| Confab | Materiais Básicos | 1.175.016 | 21 | 3 | 1 | 6 | 10 |
| Gerdau | Materiais Básicos | 15.782.967 | 28 | 30 | 4 | 0 | 34 |
| Itaubanco | Financeiros/outros | 14.495.764 | 7 | 2 | 8 | 2 | 12 |
| Itausa | Financeiro/outros | 7.808.082 | 17 | 10 | 50 | 3 | 63 |
| Klabin S/A | Materiais Básicos | 3.366.713 | 12 | 1 | 31 | 9 | 41 |
| Mangels Indl | Materiais Básicos | 477.078 | 8 | 0 | 9 | 0 | 9 |
| P. Açúcar | Consumo Não Cíclico | 12.788.363 | 14 | 29 | 69 | 16 | 114 |
| Perdigão S/A | Consumo Não Cíclico | 4.370.966 | 14 | 1 | 15 | 17 | 33 |
| Randon Part | Bens Industriais | 1.329.445 | 19 | 16 | 23 | 9 | 48 |
| Ripasa | Materiais Básicos | 1.474.836 | 5 | 0 | 4 | 0 | 4 |
| Rossi Resid. | Construção/Transp. | 189.587 | 7 | 0 | 1 | 1 | 2 |
| Sadia S/A | Consumo Não Cíclico | 5.855.435 | 12 | 2 | 4 | 6 | 12 |
| Suzano | Materiais Básicos | 1.127.705 | 8 | 7 | 15 | 1 | 23 |
| Tran Paulist | Utilidade Pública | 910.159 | 16 | 21 | 62 | 8 | 91 |
| Unibanco | Financeiro/outros | 12.062.504 | 14 | 11 | 14 | 9 | 34 |
| Unibanco HLD | Financeiro/outros | 12.062.504 | 1 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| V C P | Materiais Básicos | 3.239.848 | 6 | 1 | 1 | 2 | 4 |
| Vale R Doce | Materiais Básicos | 20.218.656 | 53 | 0 | 19 | 1 | 20 |
| Vigor | Consumo Não Cíclico | 701.360 | 2 | 0 | 0 | 0 | 0 |
| Weg | Bens Industriais | 2.015.111 | 8 | 5 | 6 | 23 | 34 |
| Total | | - | - | 348 | 812 | 276 | 1436 |

Fonte: BOVESPA

Tabela 1 - Identificação do Universo de Pesquisa e Elementos Específicos

Apêndice B

| Teste Estatístico | AB | AC | CB |
|--|---------|---------|---------|
| <i>Spearman's rho</i> (correlation) N 28 | 0,677** | 0,556** | 0,655** |
| Coeficiente de Determinação | 0,45 | 0,31 | 0,43 |
| <i>Sig. (2-tailed)</i> | 0,000 | 0,002 | 0,000 |
| <i>Paired Samples Test</i> (t) N 28 | -3,82** | 0,17 | 3,73** |
| <i>Sig. (2-tailed)</i> | 0,001 | 0,865 | 0,001 |

**p < 0,01; A = Capital Humano; B = Capital Estrutural; C = Capital de Clientes

AB = Capital Humano e Capital de Clientes;

AC = Capital humano e Capital Estrutural;

CB = Capital de Clientes e Capital Estrutural

Tabela 2 – Correlações Entre Categorias de Capital Intelectual (CI)

Apêndice C

| Teste Estatístico | A | B | C |
|---|--------|--------|--------|
| <i>Pearson Correlation</i> (Porte) N 28 | 0,362 | 0,277 | 0,289 |
| <i>Sig. (2-tailed)</i> | 0,058 | 0,154 | 0,136 |
| <i>Pearson Correlation</i> (Tam /laudas) N 28 | 0,412* | 0,437* | 0,426* |
| Coefficiente de Determinação | 0,169 | 0,19 | 0,181 |
| <i>Sig. (2-tailed)</i> | 0,029 | 0,020 | 0,024 |
| ANOVA (Setores) N 27 | 0,748 | 2,509 | 0,973 |
| <i>Sig. (2-tailed)</i> | 0,597 | 0,062 | 0,457 |

*p < 0,05; A = Capital Humano; B = Capital Estrutural; C = Capital de Clientes

Tabela 3 – Intercorrelações e Inferência Estatística Entre CI

Apêndice D

| Capital Humano | | | Capital Estrutural | | |
|--------------------------------|------------|------------|---------------------------------|------------|------------|
| | Total | Total % | | Total | Total % |
| 1.1 Ativo/Recurso | 12 | 3,4 | 2.1 Qualidade em TI | 16 | 2 |
| 1.2 Incentivo a Novas Idéias | 11 | 3,2 | 2.2 Investimentos em TI | 58 | 7,1 |
| 1.3 Inv. Educ. Func. | 15 | 4,3 | 2.3 Propriedade Intelectual | 1 | 0,1 |
| 1.4 Treinam./Desenv./Capac. | 96 | 27,6 | 2.4 Patentes | 6 | 0,7 |
| 1.5 Retenção de Talentos | 36 | 10,3 | 2.5 Direitos Autorais | 0 | 0 |
| 1.6 Captação de Talentos | 16 | 4,6 | 2.6 Qualidade dos Prod/Serv. | 75 | 9,2 |
| 1.7 Qualif. Prof. (nº de ger.) | 10 | 2,9 | 2.7 Inovação/P&D | 26 | 3,2 |
| 1.8 Nível de Escolaridade | 14 | 4 | 2.8 Marcas Corporativas | 9 | 1,1 |
| 1.9 <i>Turnover</i> | 3 | 0,9 | 2.9 Marcas de Produtos | 14 | 1,7 |
| 1.10 Benefícios | 88 | 25,3 | 2.10 Cultura Organizacional | 14 | 1,7 |
| 1.11 Clima Organizacional | 47 | 13,5 | 2.11 Práticas Ambientais | 137 | 16,9 |
| | | | 2.12 Responsabilidade Social | 337 | 41,5 |
| | | | 2.13 Governança Corporativa | 119 | 14,7 |
| Total Capital Humano | 348 | 100 | Total Capital Estrutural | 812 | 100 |

| Capital de Clientes | | | Capital de Clientes (cont.) | | |
|--------------------------------------|-------|---------|------------------------------------|------------|------------|
| | Total | Total % | | Total | Total % |
| 3.1 Carteira de Clientes | 8 | 2,9 | 3.10 Participação no Mercado | 43 | 15,6 |
| 3.2 Lealdade/Fidelidade dos Clientes | 7 | 2,5 | 3.11 Treinamento do Cliente | 4 | 1,4 |
| 3.3 Captação de Clientes | 28 | 10,1 | 3.12 Inovação Focada no Cliente | 7 | 2,5 |
| 3.4 Retenção de Clientes | 6 | 2,2 | 3.13 <i>Empowerment</i> do Cliente | 0 | 0 |
| 3.5 Satisfação do Cliente | 12 | 4,3 | 3.14 Customização | 1 | 0,4 |
| 3.6 Investim. em TI /Cliente | 5 | 1,8 | 3.15 Contratos de Franquias | 0 | 0 |
| 3.7 Suporte ao Cliente | 0 | 0 | 3.16 Contratos de Licenças | 0 | 0 |
| 3.8 Parcerias Clientes/Fornecedores | 20 | 7,2 | 3.17 Repetitividade dos Negócios | 0 | 0 |
| 3.9 Relac. com o Cliente/Fornec. | 28 | 10,1 | 3.18 Imagem da Empresa | 107 | 38,8 |
| | | | Total Capital de Clientes | 276 | 100 |

Tabela 4 – Frequência das Categorias de CI