

CAPITAL INTELECTUAL: UMA FERRAMENTA INOVADORA NA BUSCA POR VANTAGENS COMPETITIVAS

Clarissa Gracioli

Mestre em Administração pela Universidade Federal de Santa Maria – UFSM

Professora do Instituto Federal de Educação, Ciência e Tecnologia do Rio Grande do Sul – IFRS

clagracioli@hotmail.com (Brasil)

Leoni Pentiado Godoy

Doutorado em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Maria – UFSM

Professor da Universidade Federal de Santa Maria – UFSM

leoni_godoy@yahoo.com.br (Brasil)

Daniel Benitti Lorenzetti

Mestrando em Engenharia de Produção da Universidade Federal de Santa Maria – UFSM

dlorenzetti@gmail.com (Brasil)

Taís Pentiado Godoy

Graduanda do curso de Matemática pela Universidade Federal de Santa Maria – UFSM

taispeniadiado@yahoo.com.br (Brasil)

RESUMO

Nos últimos anos, com o advento da globalização surgiram novas formas de percepção e interpretação da sociedade como um todo. Nesse sentido, as organizações começaram a perceber a existência de um novo fator de produção a ser gerenciado, o capital intelectual. Assim, o presente estudo investiga a importância do capital intelectual, na performance organizacional, apresentando um estudo descritivo-quantitativo de 57 organizações, que receberam o Prêmio Qualidade RS, no ano de 2004. Para análise dos dados foram utilizadas técnicas de estatística descritiva, de correlação e de regressão. Os resultados obtidos não permitiram descartar a afirmação de que o capital intelectual seja fonte de vantagem competitiva. Entretanto, verificou-se que para as empresas que receberam o Prêmio Gaúcho, o capital intelectual explica apenas uma pequena parte da performance organizacional.

Palavras-chave: Capital intelectual; Inovação; Performance organizacional.

1. INTRODUÇÃO

Fazendo uma análise do cenário mundial nos últimos anos, fica nítida a presença de significativas mudanças de ordem econômica e social tanto nos países desenvolvidos como nos países em desenvolvimento, como é o caso do Brasil. Essa situação surge em decorrência do acelerado processo de globalização, e também em função dos crescentes avanços nas áreas de tecnologias de produção, informática e de telecomunicações. Todas essas transformações sugerem novas formas de percepção e interpretação da sociedade como um todo (CORRÊA, 2004). Assim, as organizações e seus sistemas operacionais se tornaram vulneráveis, sob o ponto de vista da produtividade, competitividade, criatividade, inovação e aprendizagem. Como decorrência, cada vez mais se questiona as bases sobre as quais foi construída grande parte das teorias econômicas, sociais e políticas vigentes.

Percebe-se que esta tendência é uma realidade, conforme foi observado por Antunes (2000) que destaca que esse período de gradativas mudanças, não só no Brasil, mas também na economia mundial, vivenciado mais intensamente nas últimas décadas, vem sendo apontado por vários estudiosos do assunto como um período de transição de uma Sociedade Industrial para uma Sociedade do Conhecimento. Pois, aos demais recursos existentes, e até então valorizados e utilizados na produção (terra, capital e trabalho) se juntam ao conhecimento, alterando, principalmente, a estrutura econômica das nações e, sobretudo, a forma de valorizar o ser humano, pois só este é detentor do conhecimento. Com isso, as empresas começaram a perceber a existência do capital intelectual como um fator inovador a ser gerenciado. Nesse sentido, pode-se destacar o capital intelectual e a gestão do conhecimento, como filosofias de inovação na administração, motivadas pela criação de valor aos produtos ou serviços produzidos pelas empresas, mediante aplicação da inteligência.

Para Stewart (1998, p. 13), o capital intelectual “constitui a matéria intelectual – conhecimento, informação, propriedade intelectual e experiência que pode ser utilizada para gerar riqueza. É a capacidade mental coletiva”. Logo, admite-se o Capital Intelectual, como o conjunto de valores ocultos que inovam e agregam valor para as organizações, permitindo sua continuidade. Assim, pode-se entender o Capital Intelectual como o conjunto de valores, seja de capital, um ativo ou um recurso, em que ambos se acham ocultos e todos tendem a agregar valores reais à organização. Dessa forma, passa-se a perceber que a habilidade de uma empresa em gerenciar seu capital intelectual tende a ser cada vez mais importante na busca da inovação para alcançar melhores níveis de competitividade e para melhorar a performance organizacional.

É o capital intelectual, como Ativo nas empresas, que possibilita as inovações como o desenvolvimento de novos produtos e serviços adequados às necessidades em permanente mudança

(KAPLAN e NORTON, 1997). Nesse sentido, perante o desafio de identificar e desenvolver o capital intelectual fica claro, a sua crescente importância. O capital intelectual possibilita que as organizações inovem suas estratégias e planejamentos, o que resulta em mudanças significativas da forma de avaliação utilizada pelas empresas no sucesso dos negócios, bem como na condução da sua performance. A relação do capital intelectual e da performance organizacional parece ser muito estreita e de fundamental importância para a melhoria da gestão organizacional em ambientes de mudança.

A partir dessa abordagem e considerando que a aplicação do recurso do conhecimento nas organizações gera benefícios intangíveis, admite-se o reconhecimento explícito, por parte de um crescente número de organizações, de que seu capital intelectual é uma fonte essencial de vantagem competitiva e que então deve ser gerida de forma mais sistemática. A respeito disto, Klein (1998) enfatiza que as organizações devem desenvolver estratégias empresariais para promover todo conhecimento adquirido ao longo do tempo, para facilitar o compartilhamento de novas ideias e experiências, impulsionar suas melhores práticas e, conseqüentemente, melhor gerir seu capital intelectual. Mediante as colocações anteriormente expostas, o presente artigo busca investigar a importância do Capital Intelectual como elemento de inovação nas organizações que receberam o Prêmio Qualidade RS, em 2004, evidenciando o impacto dos elementos que compõem o Capital Intelectual na performance destas empresas.

2. CAPITAL INTELECTUAL E A PERFORMANCE ORGANIZACIONAL

As atuais mudanças no mundo dos negócios, segundo Stewart (1998) resulta de diversos acontecimentos mundiais que evoluíram com a globalização da economia que, por um lado abriu novos mercados, mas, por outro gerou uma grande quantidade de concorrentes. Essas mudanças são conseqüências da transição da Era Industrial para a Era da Informação, e de acordo com Schmidt e Santos (2002), esse novo ambiente está sustentado, basicamente, em função da tecnologia da informação e das redes de comunicações, que criam novos mercados e serviços para as empresas.

Stewart (1998) salienta que nesta nova era da informação e do conhecimento, mesmo depois de várias mudanças econômicas, sociais e tecnológicas, muitas empresas ainda consideram os ativos tangíveis como os únicos fatores de produção importantes na análise dos sistemas contábeis tradicionais, no entanto, a importância dos ativos tangíveis vem diminuindo à medida que cresce a importância do conhecimento, como sendo a riqueza mais valiosa nas empresas. Kaplan e Norton (1997) corroboram essa ideia ao sugerirem uma ampliação do modelo da contabilidade financeira,

acrescendo a ela os ativos intangíveis e intelectuais da empresa, que tendem a melhorar os resultados da organização.

Rodov e Leliaert (2002) afirmam que as análises organizacionais baseadas unicamente nos sistemas contábeis estão cada vez mais inadequadas e irrelevantes para avaliar e acompanhar a economia atual, pois o sistema contábil revela apenas os custos históricos escondendo o verdadeiro valor inerente na habilidade das pessoas e na capacidade de aprendizagem. Neste sentido, Luthy (2000), enfatiza que muitos gestores consideram o capital intelectual como sendo o recurso mais importante para a criação de valor econômico das empresas, já que o seu gerenciamento através de métodos de mensuração tende a se tornar relevante para o desenvolvimento das estratégias de sucesso das organizações.

2.1 Histórico e conceitos

A preocupação com os processos de reconhecimento e avaliação do capital intelectual não é recente. Segundo Antunes (2000), esses estudos foram desenvolvidos, inicialmente, em torno de um dos elementos que compõem o capital intelectual: o capital humano. Neste sentido, alguns economistas tentavam encontrar alguma forma de atribuir valores monetários ao ser humano. Embora os estudos sobre o capital intelectual sejam de datas recentes, Crawford (1994) resgata a história estabelecendo um paralelo sobre a evolução econômica. Até a metade do século XVIII, as organizações se desenvolviam de forma lenta. Já a partir da revolução industrial, com a invenção da máquina a vapor utilizada nas indústrias, começaram a surgir grandes organizações, e com isso, a necessidade de uma maior e mais complexa forma de administrar as empresas, tornou-se necessária. As pessoas passaram a depender das organizações como forma de sobrevivência, para satisfazer as suas necessidades.

Atualmente, a busca por eficácia e eficiência nas organizações tem sido marcada por uma nova era, a era da inovação e do conhecimento. Segundo Crawford (1994), o processo mais recente começou nos Estados Unidos nos anos 60. Atualmente, está disseminando-se rapidamente em todo o mundo. Davenport e Prusak (1998) salientam que o conhecimento se desenvolve ao longo do tempo, através da experiência que abrange aquilo que se absorve de cursos, livros, mentores e aprendizado informal. Neste sentido, uma perspectiva histórica, de acordo com Guthrie (2001), é um componente essencial para a compreensão de como o capital intelectual passou a ser elemento fundamental dos negócios. Ainda, sob este enfoque, destaca-se a definição de capital intelectual, utilizada por diversos autores.

Para Stewart (1998), o capital intelectual é a soma do conhecimento de todos numa empresa, o que lhe proporciona vantagem competitiva e constitui a matéria intelectual – conhecimento,

informação, propriedade intelectual, experiência – que pode ser utilizada para gerar riqueza. Assim, o capital intelectual corresponde ao conjunto de conhecimentos e informações encontrados nas organizações, que inova e agrega valor ao produto e ou serviços, mediante a aplicação de inteligência e não de capital monetário, ao empreendimento.

Duffy (2000), por sua vez, conceitua o capital intelectual como a união de capital estrutural e humano, o que indica capacidade de ganhos futuros de um ponto de vista humano. É a capacidade de inovar e criar continuamente, proporcionando aumentos quantitativos à organização. Para Schmidt e Santos (2002), o capital intelectual, consiste no conhecimento que foi adquirido e transformado pelas pessoas, com o objetivo de produzir ativos de maiores valores para a organização, como a satisfação da necessidade de um cliente, desenvolvimento de um produto inovador, bom relacionamento com fornecedores e sistemas de informações, entre outros ativos intelectuais, que juntos, formam o capital intelectual organizacional.

Vale salientar, que o conhecimento tácito é aquele de difícil verificação; é desenvolvido pela experiência e pela ação; é normalmente compartilhado através de uma conversa interativa e inclui atividades individuais ou rotineiras, como a negociação com clientes, resolução de problemas técnicos, relações públicas, iniciativa de marketing e desenvolvimento de novos produtos. Já o conhecimento explícito, é aquele adquirido pela educação, e envolve o conhecimento dos fatos: a experiência e a informação armazenada, principalmente, em arquivos, documentos, correio eletrônico, entre outros.

Percebe-se que são várias as definições a respeito do conceito de capital intelectual, sobretudo destaca-se, que não há divergências em relação aos elementos que o definam. Pelo exposto, fica evidente, que existe certo consenso entre os autores citados, pois estes utilizam maneiras semelhantes quando se referem ao conceito de capital intelectual, o definindo como, recursos ou capital, em Economia, bem como, ativos, bens e direitos, em Contabilidade. Assim, admite-se o capital intelectual, como o conjunto de valores ocultos, de capital, de um ativo ou de um recurso, que tendem a agregar valores reais a organização, permitindo sua continuidade e possibilitando a inovação.

Vale destacar ainda, que o capital intelectual apresenta também diferentes formas, divisões e denominações, que são propostas por alguns autores e especialistas do tema. Assim, de acordo com Stewart (1998) o capital intelectual, pode ser encontrado em três lugares: pessoas, estruturas e clientes. O capital humano caracteriza-se, por ser a capacidade necessária para que os indivíduos ofereçam soluções aos seus clientes. Brooking (1996) destaca que o capital intelectual é constituído por uma combinação de ativos intangíveis, frutos das mudanças nas áreas de tecnologia da informação, mídia e comunicação, que trazem benefícios intangíveis para as empresas, capacitando seu funcionamento. Assim, conforme a autora, o capital intelectual é dividido em quatro categorias: ativos de mercado,

ativos de infraestrutura, ativos humanos e ativos de propriedade intelectual. A autora define a composição de cada grupo da seguinte forma:

- a) Ativos de mercado: potencial que a empresa possui em decorrência dos intangíveis, relacionados ao mercado, tais como, a marca, cliente, lealdade dos clientes, negócios recorrentes, negócios em andamento, canais de distribuição e franquias;
- b) Ativos humanos: os benefícios que o indivíduo proporciona para as organizações por meio de sua criatividade, conhecimento e habilidade para resolver problemas, tudo visto de forma coletiva e dinâmica;
- c) Ativos de propriedade intelectual: incluem os ativos que necessitam de proteção legal, para proporcionar às organizações, benefícios, tais como: know-how, segredos industriais, copyright, patente e design;
- d) Ativos de infraestrutura: as tecnologias, as metodologias e os processos empregados, como cultura, sistema de informação, métodos gerenciais, aceitação de risco e banco de dados de clientes.

Sveiby (1998) divide o capital intelectual em três dimensões: competência dos empregados; estrutura interna; e estrutura externa. Enquanto a competência dos empregados representa o potencial e a capacidade intelectual dos funcionários, a estrutura interna está relacionada aos ativos intangíveis internos à empresa, que sustentam e viabilizam a realização das atividades operacionais. A estrutura externa relaciona-se aos ativos intangíveis externos à empresa, como relacionamentos com clientes fornecedores, além da imagem da marca e reputação da empresa no mercado.

Na acepção de Edvinsson e Malone (1998), o capital intelectual divide-se em três grupos, a saber:

- a) Capital humano: composto pelo conhecimento, *expertise*, poder de inovação e habilidade dos empregados; mais os valores, a cultura e a filosofia da empresa;
- b) Capital estrutural: formado pelos equipamentos de informática, softwares, banco de dados, marcas registradas, relacionamento com os clientes e tudo da capacidade organizacional; que apoia a produtividade dos empregados;
- c) Capital de clientes: envolve o relacionamento com clientes e tudo que agregue valor para os clientes da organização.

Nota-se que, embora haja muitas outras peculiaridades nas composições propostas pelos diversos autores para o capital intelectual, os principais grupos de elementos que compõem o capital intelectual são considerados por todos os autores.

2.2 Performance Organizacional

O conhecimento na economia, não é apenas mais um recurso, ao lado dos tradicionais fatores de produção, como o trabalho, o capital e a terra, mas sim, o único recurso capaz de proporcionar significativo valor às organizações (DRUCKER, 1994). Dentro dessa perspectiva, pode-se constatar que o conhecimento é a fonte de poder de mais alta qualidade de uma empresa, do mesmo modo que passou de auxiliar do poder monetário e da força física, para se tornar o recurso mais valioso; e por isso muitas empresas estão tentando, de alguma maneira, descobrir o verdadeiro valor deste valioso recurso (TOFFLER, 1990).

O mercado exige das empresas, agilidade, altos índices de eficiência e de eficácia, o que as leva a modificarem processos que não agregam valor, e ainda, a redesenhar produtos para manterem-se competitivas. Como Stewart (1998) relata, o conhecimento é mais precioso e importante do que os recursos naturais, grandes empresas e até recursos financeiros. Por conseguinte, as organizações de alta performance são aquelas que, simultaneamente, produzem e sustentam seus níveis de competitividade e oferecem ambientes diferenciados, baseadas na integração de tecnologia, processos e práticas de recursos humanos para uma força de trabalho capacitada (REZENDE, 2003).

Nesse sentido, é essencial conceituar a performance sob o ponto de vista das organizações. Segundo Tenório (2001), entende-se por performance organizacional (palavra inglesa que pode ser traduzida por desempenho) um conjunto de medidas que analisam como as organizações tiram proveito dos recursos que dispõem, como reagem às oportunidades e ameaças e quando os objetivos são alcançados através de mecanismos de controle avaliam a eficiência, a eficácia e a efetividade de suas ações. Assim, a performance de uma organização diz respeito a sua situação em relação a seus concorrentes. É medida através de indicadores de desempenho. Conforme Fernandes (2004), a abordagem utilizada para explicar a performance de uma organização é conhecida como visão da empresa baseada em recursos (VRB). A abordagem propõe que toda empresa é baseada em recursos físicos, financeiros e humanos. O delineamento da estratégia começa pelo entendimento destes recursos e, conseqüentemente, o desempenho organizacional resulta da forma como tais recursos são gerenciados.

Quando as empresas implementam estratégias que atendem às oportunidades do mercado, explorando, neste sentido, os seus recursos e suas capacidades internas, estas obtêm bom desempenho organizacional além de criação de riqueza (MARR et al., 2003). Em um ambiente competitivo, as empresas procuram desenvolver e sustentar as vantagens competitivas, que se baseiam nos ativos e nas capacidades que lhe garantem posições competitivas superiores, sobre os concorrentes. E em

ambientes dinâmicos, as empresas devem focalizar cada vez mais estratégias para renovação das vantagens (DAY e REIBSTEIN, 1999).

Silvi (2002) contribui com a ideia e enfatiza que os ativos intelectuais, cujo principal componente é o conhecimento, são essenciais para um bom desempenho competitivo. Para o autor, ao contrário, de nada adiantaria ativos materiais de alta tecnologia, se as pessoas não tiverem a base necessária para fazê-los funcionar adequadamente, porque são as pessoas da organização que possuem a capacidade de renovar e inovar o negócio em busca de vantagem competitiva.

Em uma análise mais abrangente desta questão, pode-se salientar que os tradicionais modelos contábeis, no que se refere aos parâmetros de avaliação do patrimônio, objeto fim das avaliações, requerem uma suplementação de informações (ARNOSTI e NEUMANN, 2001), visto que um novo valor está influenciando diretamente o valor real das entidades, ou seja, o capital intelectual. É importante, ainda, ressaltar que as organizações que ainda não visualizaram a importância dos investimentos em educação e treinamento em capital humano, certamente se encontram em desvantagem em relação às demais (STRAIOTO, 2000). Entretanto, de nada adianta se as empresas ainda não compreenderam a importância do papel desempenhado pelo capital intelectual no seu patrimônio, e na criação de valor para a empresa moderna.

Pelo exposto nota-se que atualmente o principal desafio para as grandes empresas é consolidar e renovar competências de modo a capacitar-se a disputar posições nos mercados. Independente de seu setor ou ramo de atividade, as empresas estão buscando, em sua própria constituição, as bases de sustentação necessárias para a sobrevivência em um ambiente de maior concorrência. Logo, uma organização que não detém conhecimento e limita-se a adquirir tecnologias, tem sua capacidade de crescimento reduzida, pois o grau de sucesso, na competitiva economia, está vinculado diretamente ao seu capital intelectual. Neste caso, o capital intelectual da empresa ocupa papel estratégico dentro das organizações, e se transformará em vantagem competitiva se a organização souber usá-lo e desenvolvê-lo. Assim, as organizações, na busca da vantagem competitiva, procuram contratar, investir e incentivar os seus colaboradores. Somando, tem-se, ainda, a tecnologia da informação que vem evoluindo aceleradamente nos últimos anos. E, se as empresas não souberem dominar a equação informação, conhecimento e aplicá-la nas resoluções dos problemas organizacionais, dificilmente poderão obter vantagens estratégicas no crescimento econômico e financeiro.

2.3 Importância do Capital Intelectual para a Performance Organizacional

O assunto que trata a performance organizacional merece destaque nos últimos anos. Conforme Fernandes (2004), o assunto ganhou realce, praticamente, em função da carência nos tradicionais

sistemas de avaliação de desempenho organizacional. Por mais de 200 anos, desde a publicação de Adam Smith - A Riqueza das Nações - os princípios neoclássicos da economia eram à base dos paradigmas dominantes nas disciplinas de negócios, como administração, finanças e contabilidade. Trabalho e capital eram considerados os fatores básicos de produção que determinavam à sobrevivência das organizações (FIRER e WILLIAMS, 2003).

Recentemente, há o desenvolvimento de uma nova teoria econômica que enfatiza e reconhece a mudança nos tradicionais fatores de produção. Nesta nova economia os ativos do capital intelectual são reconhecidos como os principais direcionadores à criação de valores para as organizações (FIRER e WILLIAMS, 2003). Nesse sentido, os autores colocam que as medidas tradicionais de desempenho, baseadas nos princípios da contabilidade convencionais estão se tornando inadequadas no mundo econômico, onde a vantagem competitiva é dirigida pelo capital intelectual.

Da mesma maneira Klein (1998) enfatiza que, em um ambiente onde as inovações são duplicadas rapidamente pelos concorrentes, é o capital intelectual das empresas, isto é, seu conhecimento, experiência, especialização e diversos ativos intangíveis, ao invés de seu capital físico e financeiro, que cada vez mais determina suas posições competitivas. Isso explica porque muitas empresas são bem sucedidas, pois possuem as melhores informações, ou ainda, as controlam de forma mais eficaz, que outras empresas mais fortes, em ativos físicos ou financeiros.

Na realidade, o que torna essas empresas tão valiosas é o seu capital intelectual que passou a ser embasado em novos padrões que modificam as relações de produção e processo (STEWART, 1998). Neste sentido, a riqueza das empresas é uma consequência da eficiente gestão do capital intelectual. Então, o aparecimento desse conceito conduz à necessidade de aplicação de novas estratégias, de uma nova filosofia de administração e de novas formas de avaliação do desempenho competitivo que contemplem o capital intelectual.

Percebe-se que o conhecimento constitui o eixo fundamental do desempenho de sociedades, regiões e organizações. A competição e a evolução tecnológica tornaram o conhecimento e o tempo um importante diferencial competitivo para as empresas (TERRA, 2000). Logo aprimorar o capital intelectual é vital para as empresas que aspiram acelerar o ritmo de seu desenvolvimento. Dessa forma, o conhecimento das organizações é seu ativo mais importante, embora não seja contabilizado nos sistemas de informações econômico-financeiros tradicionais, pois, o conhecimento não aparece em balanços patrimoniais ainda que esteja indiretamente representado por indicadores de mercado, crescimento e rentabilidade (TERRA, 2000).

Fica evidente que mesmo em um ambiente turbulento, as vantagens competitivas precisam ser permanentemente reinventadas, onde setores de baixa intensidade em tecnologia e conhecimento

perdem, inexoravelmente, participação econômica. Assim, hoje o conhecimento não pode mais estar restrito a círculos acadêmicos e culturais, mas precisa estar nas atividades empresariais e comerciais (TERRA, 2000). Percebe-se que a principal função dos trabalhadores de hoje deixa de ser o esforço físico e passa a ser a capacidade de criar, aprender e desenvolver novos conceitos, produtos e serviços baseados estritamente no conhecimento. Nesse cenário emergente, velhos modelos organizacionais já não servem para a maior parte das organizações.

Low e Kalafut (2003), sobre esta ótica, destacam que diversas ameaças e oportunidades surgem atualmente no ambiente empresarial, justamente pelo fato, que os ativos intangíveis possuem um valor que não aparece em um balanço ou em uma declaração. Segundo os autores, o valor do ativo intangível está na habilidade e no conhecimento das pessoas que administram uma empresa e daquelas que nela trabalham.

Esse valor é considerado, como fonte de vantagem competitiva para as empresas, e está incorporado nas relações e reputações, que as empresas estabelecem com fornecedores, clientes, parceiros e com os próprios acionistas. Assim, um conhecimento melhor pode levar à eficiência mensurável em desenvolvimento de produtos e na sua produção (DAVEMPORT e PRUSAK, 1998). Além disso, pode ser utilizados para tomar decisões mais acertadas com relação à estratégia, concorrentes, clientes, canais de distribuição e ciclos de vida de produto e serviço. Porém, se o conhecimento e as decisões estão, de modo geral, na cabeça das pessoas, pode ser difícil determinar o caminho que vai do conhecimento até a ação.

Um das premissas básicas deste assunto, diz ser imprescindível que as empresas reconheçam, identifiquem, invistam, e analisem a importância do capital intelectual. A respeito disso, o diretor de capital intelectual de uma empresa sueca, denominada *Skandia*, utiliza uma metáfora para demonstrar que a parte visível de uma organização é o seu resultado financeiro, e, fazendo uma similaridade com uma árvore, seria equivalente aos frutos.

Assim, o capital intelectual, nesta comparação, equivale à parte oculta, às raízes, que permitem que os frutos possam subsistir em longo prazo (EDVINSSON e MALONE, 1998). Neste contexto, destaca-se a vantagem invisível, apontada por Low e Kalafut (2003), como aquela em que a empresa compreende que os concorrentes não podem copiar com facilidade. Para os autores, são os intangíveis que não aparecem em um balanço ou em uma declaração de receita, normalmente quantificáveis da criação de valor corporativo, que conduzem ao desempenho econômico e são fontes de vantagem invisível.

Além dos argumentos apresentados, pode-se inferir que avaliação do capital intelectual permite que as organizações formulem suas estratégias, bem como possam assegurar a sua execução, segundo (MARR et al., 2003). Conforme os autores, a avaliação dos ativos intangíveis contribui para a

comunicação das medidas aos acionistas, além de diversificar e expandir as decisões estratégicas e usá-las para obter retorno. Deste modo, pode-se inferir que são os ativos intangíveis ou ativos invisíveis que determinam a posição da empresa no mercado atual. Uma administração voltada à avaliação dos intangíveis é o que pode diferenciar uma empresa da outra (LOW e KALAFUT, 2003). Logo, um modelo voltado ao gerenciamento do capital intelectual surge como uma alternativa para todas as organizações, porque, subestimar a importância deste capital, usando-se de forma ineficiente e sem nenhum controle contábil, acarreta um gerenciamento ineficaz.

Além disso, num mercado cada vez mais competitivo, o sucesso nos negócios, nos anos 90, depende basicamente da qualidade do conhecimento que cada organização aplica nos seus processos organizacionais. Logo, o desafio de se utilizar o conhecimento residente na empresa, com o objetivo de criar vantagens competitivas, torna-se mais crucial. Assim, a empresa tem competitividade a partir da forma com que consegue impulsionar os recursos que dificilmente são copiados pela concorrência, ou seja, informação e conhecimento, tratados de forma rápida, privilegiada e bem distribuída, garantem que uma empresa seja melhor que a outra. Igualmente, uma vantagem competitiva sustentável é o objetivo da maioria das empresas, para não dizer de todas. Esta é obtida apenas quando as empresas estabelecem estratégias diferenciadas e satisfazem as necessidades de seus clientes. Finalmente, as empresas precisam de estratégias que combinem os fins (metas) que busquem os meios (políticas) com os quais tendem chegar a uma posição de liderança ou obtenham uma vantagem competitiva sustentável.

Discorrendo ainda nesta dimensão Matheus (2003) salienta que, cada vez mais o capital intelectual contribui com uma parcela maior do valor agregado dos produtos e serviços fornecidos pela empresa, seja pela sua natureza estrutural, através de processos e técnicas utilizadas para a fabricação e oferecimento de produtos e serviços e, também, através das inovações alcançadas a partir de pesquisas e desenvolvimentos realizados na empresa; seja pela sua natureza humana, através, principalmente, do conhecimento e da capacidade das pessoas em criar e desenvolver produtos e serviços, buscando oferecer as melhores soluções para os seus clientes; seja pela qualidade nos relacionamentos das empresas com seus clientes que estimulam a longevidade dos relacionamentos comerciais. Portanto, destacar o valor do capital intelectual para a performance significa, sobretudo, destacar a importância das pessoas, considerando suas características, capacidades e competências de maneira a solucionar problemas e tomar decisões para contribuir ao bom desempenho da organização.

Já o valor do capital estrutural é destacar a importância da estrutura da empresa que engloba processos e procedimentos gerenciais e produtivos, instrumentos gerenciais e sistemas de informação e a filosofia administrativa da empresa, para inovar e desenvolver os produtos e serviços com a

finalidade de atender melhor os clientes e conquistar o mercado. E finalmente, produzir de maneira mais eficiente, com redução de custos e de perdas o aumento da produtividade, permitindo, assim, competir para atender a necessidade dos compradores.

Neste contexto, o valor do capital de clientes para o desempenho competitivo pode ser destacado pela importância da qualidade dos relacionamentos da empresa com clientes e fornecedores, para melhor atendê-los, garantir e conquistar mercados para vender os seus produtos. Com relação aos seus funcionários motivá-los, incentivá-los e permitindo-lhes o desenvolvimento de seu potencial para desempenhar suas atividades de forma mais adequada e desejada.

Por isso, pode-se afirmar que o capital intelectual é responsável por uma parcela cada vez maior no desempenho das empresas, criando, em muitas, a maior parte do valor de seus produtos e serviços. Assim, não é difícil visualizar o valor do capital intelectual como elemento importante para o desempenho das organizações. Por fim, os gestores devem, portanto, dar a devida atenção à gestão do capital intelectual da empresa, principalmente focalizando sua atenção na identificação de seus elementos mais importantes para a sua performance organizacional. Contudo, para uma gestão eficaz, torna-se fundamental não somente sua identificação, mas também sua mensuração, procurando identificar mais objetivamente sua relação com o desempenho dentro das organizações.

3. METODOLOGIA DA PESQUISA

O presente estudo foi considerado quanto à abordagem como pesquisa quantitativa, pois nessa pesquisa o pesquisador conduz seu trabalho a partir de um plano estabelecido previamente, com hipóteses claramente especificadas e variáveis operacionalmente definidas (GODOY, 1995). A pesquisa quantitativa foi realizada através do método *survey*, que consistiu em um questionário estruturado dado a uma amostra de uma população e destinada a provocar informações específicas dos entrevistados (MALHOTRA, 2004). Para a realização do estudo foi necessário realizar uma revisão bibliográfica, que forneceu subsídios para a construção do referencial teórico, de forma a demonstrar a importância do capital intelectual para as empresas.

Quanto aos objetivos a presente pesquisa foi considerada descritiva. Segundo Gil (1997) tem como objetivo a descoberta das características de determinada população ou fenômeno, ou o estabelecimento de relações entre variáveis. De acordo com o autor, a pesquisa consiste em informações de um grupo significativo de pessoas, relacionado ao problema estudado, mediante análise quantitativa. Além disso, permite o conhecimento direto da realidade, economia e rapidez e quantificação dos dados.

Diante do problema de pesquisa estabelecido, que consistiu em verificar a importância do

capital intelectual à performance organizacional; e com base na literatura conhecida, definiram-se as seguintes hipóteses: H1 (O capital humano influencia positivamente à performance organizacional), H2 (O capital estrutural influencia positivamente à performance organizacional), H3 (O capital de clientes influencia positivamente à performance organizacional), H4 (Existe uma forte correlação positiva entre o capital estrutural e o capital de clientes), H5 (Existe uma forte correlação positiva entre o capital de estrutural e o capital humano), H6 (Existe uma forte correlação positiva entre o capital humano e o capital de clientes).

Em relação aos procedimentos, considerou-se como amostra da pesquisa às empresas que receberam o Prêmio Qualidade RS, no ano de 2004, tendo a coleta de dados sido realizada via e-mail. A pesquisa foi feita através de um questionário composto de 54 questões, dividido em duas partes. Na parte “A” avaliou-se a performance organizacional através de 3 questões. A parte “B” do questionário com 51 questões buscou identificar o nível de presença do capital intelectual e sua importância para a performance organizacional. O questionário foi composto por questões fechadas utilizando escala tipo de *Likert*. Conforme Malhotra (2004) a escala tipo *Likert* é uma escala de classificação amplamente utilizada que exige que os entrevistados indiquem um grau de concordância ou discordância com cada uma de uma série de afirmações relacionadas com os objetos de estímulo. Para o autor, a escala tipo Likert possui várias vantagens: é fácil de construí-la e aplicá-la e os entrevistados entendem rapidamente como a usar.

A escala *Likert* foi utilizada em todo o questionário e consistiu-se na variação de 1 (pouco) a 5 (muito). A sua utilização teve como propósito permitir a amplitude e variabilidade maior das respostas, o que permitiu refletir, a real situação das variáveis e elementos estudados onde o entrevistado escolhe sua resposta. A partir das respostas obtidas com a aplicação dos questionários foi possível realizar algumas análises a fim de chegar a conclusões relacionadas aos objetivos da pesquisa. A primeira etapa da análise consistiu na realização da estatística descritiva das respostas seguida da análise de correlações. A segunda etapa da pesquisa consistiu na realização de regressão múltipla dos dados. As análises foram realizadas com o auxílio do software SPSS (10.0).

4. RESULTADOS E DISCUSSÕES

Nesta seção são apresentados os resultados da estatística descritiva, da análise de correlação e de regressão obtidos com a pesquisa empírica. As variáveis utilizadas podem ser verificadas no Quadro 1.

Em relação à estatística descritiva, é importante destacar que a maioria das médias apresentou valores bem próximos do valor máximo, ou seja, cinco. Desta forma, as variáveis que obtiveram maiores pesos nas médias e seus correspondentes desvios padrões (σ), em relação ao nível de presença foram:

- 1ª) CE 17: a filosofia da empresa incentivadora e participativa;
- 2ª) CH 13: a variável de confiança entre empresa e os colaboradores;
- 3ª) CC 7: ótima reputação da empresa frente a clientes e fornecedores.

Quadro 1 – Variáveis utilizadas na pesquisa

VARIÁVEIS DO CAPITAL ESTRUTURAL	CE1	Crescimento do investimento em novos métodos e sistemas
	CE2	É crescente os investimentos em tecnologia da informação
	CE3	A empresa atua há muito tempo no mercado
	CE4	Sugestões dos colaboradores são implementadas
	CE5	Aumento de novos produtos em comparação com o planejado
	CE6	melhoria nas capacidades técnicas dos processos de produção
	CE7	Entrega de produtos aos clientes de forma rápida e eficiente
	CE8	As perdas e desperdícios têm sido reduzidos
	CE9	Diminuição das reclamações de clientes
	CE10	Diminuição das taxas de defeitos
	CE11	Aumento do número de colaboradores P & D
	CE12	As idéias criativas são repassadas a todos
	CE13	Colaboradores buscam novos conhecimentos para implementar
	CE14	O número de equipamentos versus colaboradores é adequado
	CE15	Tempo gasto em pesquisa e desenvolvimento tem aumentado
	CE16	Sistemas de informação repassam as informações
	CE17	A filosofia da empresa é incentivadora e participativa
	CE18	As despesas administrativas têm diminuído
	CE19	Informações obtidas dos clientes são sempre comunicadas a todos
VARIÁVEIS DO CAPITAL HUMANO	CH1	Os líderes são sempre respeitados em sua área
	CH2	Colaboradores executam suas tarefas de forma eficiente e eficaz
	CH3	Colaboradores participam das decisões da empresa
	CH4	Colaboradores são sempre criativos e tem iniciativa
	CH5	É elevado o tempo de serviço dos colaboradores na empresa
	CH6	É elevado o nível de escolaridade/graduação dos colaboradores
	CH7	A empresa investe a longo prazo em seus colaboradores
	CH8	A receita por colaborador tem aumentado significativamente
	CH9	Os colaboradores trabalham com eficácia em equipes
	CH10	Os colaboradores estão comprometidos com a empresa
	CH11	Os colaboradores são bastante capacitados
	CH12	Os custos com treinamento são elevados
	CH13	Há confiança entre a empresa e os colaboradores
	CH14	É estimulada a experimentação
	CH15	Capacidade dos colaboradores permite inovar suas tarefas
	CH16	Colaboradores possuem conhecimento e experiência desejada
	CH17	Habilidades dos colaboradores são valorizadas pelos clientes
	CH18	Clima é agradável para a realização das tarefas
	CH19	Colaboradores são criativos e inovadores
	CH20	Há perdas se algum colaborador importante sair da empresa
	CH21	Alta rotatividade dos colaboradores
VARIÁVEIS DO CAPITAL DE CLIENTES	CC1	A proporção de negócios tem aumentado
	CC2	Tem crescido o número novos clientes e novos negócios
	CC3	Clientes estão completamente satisfeitos com a empresa
	CC4	As vendas têm aumentado significativamente
	CC5	Satisfação dos clientes em relação a preço, qualidade e prazos
	CC6	A marca da empresa é bem conhecida no mercado
	CC7	A empresa tem uma ótima reputação para clientes e fornecedores
	CC8	É forte a parceria com fornecedores e clientes
	CC9	A empresa identifica as necessidades dos clientes
	CC10	É alta a repetição de pedidos dos clientes
	CC11	A empresa reconhece e recompensa o esforço dos colaboradores
	CC12	Variáveis do Capital de Clientes

Fonte: Elaborado pelos autores

Verificou-se, por meio da análise da Tabela 01, que a variável filosofia da empresa incentivadora e participativa (CE 17) apresentou-se como a maior média, ou seja, dentre as variáveis que compõem o capital estrutural é a variável mais presente e mais importante para a performance organizacional. Na análise ponderada do capital humano (Tabela 02), a média mais elevada foi da variável confiança entre a empresa e colaboradores (CH 13) com média ponderada de 21,74. Esta variável também obteve a maior média em relação a sua presença nas empresas.

Tabela 01 – Estatística Descritiva do Capital Estrutural							Tabela 02 – Estatística Descritiva do Capital Humano						
Variáveis	Concorda		Importância		Ponderado		Variáveis	Concorda		Importância		Ponderado	
	Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão		Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão
CE 1	4,37	0,67	4,68	0,47	20,63	4,48	CH 1	4,46	0,68	4,75	0,51	21,35	4,50
CE 2	4,36	0,64	4,69	0,57	19,89	5,92	CH 2	3,88	0,73	4,72	0,45	18,44	4,33
CE 3	4,37	1,10	4,33	1,02	18,82	7,72	CH 3	3,84	0,75	4,32	0,74	16,88	5,23
CE 4	4,05	0,83	4,58	0,60	18,82	5,27	CH 4	4,37	0,82	4,67	0,55	20,63	5,20
CE 5	3,67	1,11	4,04	1,00	14,98	7,15	CH 5	3,79	1,03	3,74	1,01	14,26	5,91
CE 6	4,27	0,73	4,57	0,63	19,30	5,35	CH 6	4,04	0,89	4,46	0,60	18,25	5,50
CE 7	4,29	0,78	4,87	0,33	20,56	5,05	CH 7	4,19	0,81	4,53	0,66	19,12	5,16
CE 8	4,23	0,82	4,65	0,61	19,74	5,00	CH 8	3,89	0,93	4,46	0,69	17,33	6,23
CE 9	4,02	0,90	4,65	0,64	18,89	5,38	CH 9	3,89	0,80	4,72	0,45	18,07	5,03
CE 10	4,14	0,90	4,55	0,66	18,40	6,36	CH 10	4,05	0,79	4,56	0,68	18,77	5,41
CE 11	3,59	1,12	4,09	0,99	14,65	7,19	CH 11	4,14	0,82	4,72	0,56	19,39	5,59
CE 12	4,02	0,99	4,40	0,75	18,00	6,04	CH 12	3,95	1,11	4,28	0,92	17,32	7,09
CE 13	3,98	0,95	4,70	0,63	18,40	5,98	CH 13	4,54	0,68	4,74	0,48	21,74	4,72
CE 14	4,14	1,01	4,33	0,76	18,07	5,93	CH 14	3,79	1,15	4,23	0,93	16,86	7,07
CE 15	3,89	0,85	4,29	0,76	16,65	5,91	CH 15	4,11	0,75	4,51	0,63	18,77	5,13
CE 16	4,16	0,70	4,63	0,52	19,40	4,54	CH 16	3,80	0,84	4,64	0,48	17,44	5,22
CE 17	4,46	0,78	4,74	0,55	21,30	4,97	CH 17	4,04	0,82	4,54	0,66	18,25	5,93
CE 18	3,38	1,21	4,34	0,79	14,67	6,85	CH 18	4,46	0,71	4,72	0,49	21,02	5,35
CE 19	3,91	1,02	4,37	0,84	17,42	6,20	CH 19	3,95	0,85	4,63	0,52	18,47	5,12
							CH 20	3,28	1,10	3,88	0,95	13,30	6,46
							CH 21	2,21	1,19	3,58	1,13	8,04	5,04

Fonte: Elaborado pelos autores

Fonte: Elaborado pelos autores

Na análise das médias ponderadas das variáveis do capital de clientes, observou-se que os resultados coincidem com os resultados obtidos na análise individual das médias do nível de presença do capital de clientes. Sendo assim, a variável de maior média na análise ponderada foi a ótima reputação da empresa frente a clientes e fornecedores (CC 7), como pode ser verificado na Tabela 03.

Tabela 03 – Estatística Descritiva do Capital de Clientes

Variáveis	Concorda		Importância		Ponderado	
	Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão	Média	Desvio Padrão
CC 1	4,36	0,75	4,69	0,54	20,04	6,30
CC 2	4,04	1,02	4,62	0,73	18,42	6,94
CC 3	4,09	0,75	4,84	0,37	19,49	4,84
CC 4	4,05	0,97	4,60	0,76	18,37	6,70
CC 5	4,15	0,80	4,80	0,45	19,37	5,96
CC 6	4,44	0,83	4,89	0,31	21,00	6,04
CC 7	4,55	0,71	4,84	0,37	21,77	5,18
CC 8	4,46	0,71	4,79	0,41	21,14	5,26
CC 9	4,50	0,57	4,89	0,31	21,68	4,50
CC 10	3,83	1,21	4,55	0,75	16,84	8,08
CC 11	4,04	0,88	4,55	0,66	17,86	6,40

Fonte: Elaborado pelos autores

Assim, foi possível verificar que nas empresas pesquisadas existe percepção de quanto é importante à confiança nos colaboradores, porque, estas empresas buscam em um ambiente com filosofia empresarial incentivadora e participativa, reter seus ativos mais importantes, colaboradores comprometidos, com iniciativa para resolução de problemas e que ofereçam sugestões, proporcionando assim a estabilidade das empresas no mercado. Com isso, pode-se afirmar que nestas empresas existe preocupação em manter um ambiente no qual a filosofia administrativa incentiva os colaboradores a participarem das atividades. Em relação à importância para a performance, as variáveis que obtiveram maiores médias foram as seguintes:

- 1^a) CE 7: entrega de produtos aos clientes de forma rápida e eficiente;
- 2^a) CH 1: respeito de líderes;
- 3^a) CC 6: marca da empresa bem conhecida pelo mercado;
- 4^a) CC 9: identificação das necessidades dos clientes.

Com o ativo intangível surge uma nova perspectiva em relação aos recursos empresariais, mais especificamente o capital intelectual, para Edvinsson e Malone (1998), a capacidade intelectual humana, nome de produtos e marca registrada. Até mesmo ativos contabilizados a custo histórico que se transforma, ao longo do tempo em bens de grande valor. Neste contexto, o ambiente de negócios sofre grandes transformações, e se encontra cada vez mais competitivo e instável marcado pela quebra de fronteiras comerciais, intenso desenvolvimento tecnológico, rapidez nas mudanças e na disponibilidade de informações que precisam ser tratadas para tornarem-se aproveitável pelas organizações e imprevisibilidade dos resultados.

Na análise ponderada, as médias também apresentaram valores bem próximos da média máxima, ou seja, 25. A variável que apresentou maior peso para o capital estrutural foi a filosofia da

empresa incentivadora e participativa (CE 17), para o capital humano, a variável confiança entre empresa e os colaboradores (CH 13) e para o capital de clientes, foi a variável ótima reputação da empresa frente a clientes e fornecedores (CC 7). Analisando as médias das variáveis da performance (2-Crescimento das vendas, 3-Participação no mercado e 1-Retorno sobre os investimentos) notou-se que as mesmas foram elevadas. O que revelou que, em relação aos concorrentes, as variáveis da performance estão crescendo, já que para as três variáveis as médias ficaram superiores ao valor 4.

Observou-se que existe diferença entre as médias das respostas para o capital de clientes, para o capital estrutural e para o capital humano. Pôde-se verificar que, mesmo que as empresas atribuam grande importância para estas variáveis, elas consideram que a variável mais presente e mais importante é o capital de clientes, o capital estrutural e o capital humano, respectivamente. Para confirmar estes resultados foi calculado o teste “t” que confirmou que essas diferenças entre médias são significativas, como pode ser observado na Tabela 04.

O grau de relacionamento entre variáveis, chamado de coeficiente de correlação é analisado aos pares na Tabela 05. Examinando as correlações, percebe-se que todas são positivas, o que indica que as variáveis variam o mesmo sentido, ou seja, quando uma variável aumenta a outra também aumenta. Foram analisados os coeficientes de correlação para as variáveis ponderadas aos pares e percebeu-se que, as variáveis ponderadas do capital intelectual possuem correlações significativas entre elas, ao contrário da correlação dessas variáveis com a performance organizacional que não são significativas. Além disso, foi analisada a matriz de correlação para as variáveis individuais não ponderadas e notou-se que, a maioria foi significativa e positiva; porém, em relação ao grau de intensidade, estas foram moderadas.

Tabela 04 – Teste t para diferenças de Médias entre as Médias Ponderadas dos Componentes do capital intelectual					Tabela 05 – Análise de correlação entre os pares das variáveis do capital intelectual com a performance		
Médias	Diferenças de Médias	Desvio Padrão	T	Sig.	Médias	Correlação	Significância
PCC- PCE	1,2867	3,9610	2,452	0,017	PCC & PCE	0,369	0,005
PCC- PCH	1,8403	3,7789	3,677	0,001	PCC & PCH	0,438	0,001
PCE- PCH	0,5536	1,9383	2,156	0,035	PCE & PCH	0,790	0,000
Fonte: Elaborado pelos autores					PCE & PERF.	0,260	0,077
					PCH & PERF.	0,191	0,199
					PCC & PERF.	0,211	0,155
					Fonte: Elaborado pelos autores		

Na análise de regressão, o método de regressão utilizado foi o *stepwise*. A análise foi realizada para as variáveis não ponderadas, ponderadas e médias ponderadas. Para os três modelos de regressão, apenas o modelo de regressão para as variáveis médias ponderadas foi inadequado. Já que de acordo

com os testes dos coeficientes individuais (teste “t”) e em conjunto (teste F) o modelo não é significativo.

O coeficiente de determinação das variáveis não ponderadas foi de 62,3% (Tabela 06) e para as ponderadas foi de 36,5%, sendo que o modelo primeiro (variáveis não ponderadas) é preferível ao segundo (variáveis ponderadas), uma vez que o primeiro apresentou maior coeficiente de determinação. De acordo com os testes de ANOVA e o teste “t”, verificou-se que os modelos e as variáveis foram significativos. A matriz de correlação é utilizada como uma das formas de verificação da multicolinearidade do modelo. Analisando a matriz de correlação elaborada para as variáveis não ponderadas do modelo de regressão, percebe-se que, a maioria das variáveis apresentou coeficientes de correlação positivos e inferiores a 0,6.

Isto indica um grau moderado de correlação entre as variáveis, pois a correlação mais elevada foi entre as variáveis CH 8 e CC4, que obteve o coeficiente de correlação de 0,537 (moderada correlação). Com isso, parece não haver problemas de multicolinearidade para o modelo, porque o limite máximo tolerável, segundo Pestana e Gageiro (2000) é 0,9. Do total de 28 correlações, apenas 9 correlações são significativas.

Em relação ao teste t de hipótese (Tabela 07) sobre os coeficientes individuais, observou-se que todos os valores de t das três variáveis explicativas são superiores aos valores de t tabelados para 95% de confiança, o que representa níveis de significância inferiores a 0,05; rejeita-se a hipótese de os coeficientes sejam iguais a zero. Assim, as três variáveis são significativas, e afirma-se que cada uma das variáveis independentes tem influência na performance organizacional, uma vez que seus coeficientes são diferentes de zero.

Os resultados dos testes de adequação do modelo mostraram que não houve problemas de multicolinearidade, de heterocedasticidade, de autocorrelação e de normalidade nos modelos de regressão para as variáveis ponderadas e não ponderadas. Analisando o VIF na Tabela 08, verifica-se que todas as variáveis estão próximas de um, indicando a ausência de multicolinearidade no modelo.

Tabela 06 – Coeficiente de Determinação para Variáveis não Ponderadas		
R	R²	R² ajustado
0,829	0,687	0,623

Fonte: Elaborado pelos autores

Tabela 07 – Modelo de Regressão				Tabela 08 – Tolerância e VIF		
Modelo	Beta	T	Significância	Modelo	Tolerância	VIF
Constante		0,897	0,376	Constante		
CH 8	0,418	3,254	0,003	CH 8	0,557	1,794
CE 15	0,335	3,229	0,003	CE 15	0,854	1,171
CC 4	0,460	4,264	0,000	CC 4	0,789	1,267
CH 20	-0,204	-2,034	0,050	CH 20	0,918	1,089
CE 12	-0,379	-3,267	0,002	CE 12	0,682	1,467
CH 21	0,344	3,170	0,003	CH 21	0,781	1,281
CH 7	0,338	2,637	0,013	CH 7	0,560	1,785

Fonte: Elaborado pelos autores

O índice de condição (IC) e a proporção da variância são utilizados também para se verificar a presença ou ausência de multicolinearidade no modelo de regressão. Em relação ao IC, (Tabela 09) observa-se que, a maioria das variáveis encontra-se em uma faixa, abaixo de 30, ou seja, não há sérios problemas de multicolinearidade. Em relação à proporção da variância, observa-se que, não ocorrem sérios problemas de multicolinearidade, pois não há simultaneamente IC maior que 30 juntamente quando uma componente contribui substancialmente (em 90% ou mais) para a variância de duas ou mais variáveis e quando a tolerância de alguma dessas variáveis é inferior a 0,1, que não é o caso das variáveis.

Para detectar a heterocedasticidade do modelo foi aplicado o teste de correlação de ordem de Spearman. Neste modelo, o coeficiente de correlação foi de 0,157 com significância de 0,297. Este resultado indica que o valor da correlação é baixo e o teste de significância sugere a ausência de heterocedasticidade do modelo. O nível de explicação do modelo é apresentado pelo R² ajustado (coeficiente de determinação múltipla).

Tabela 09 – Índice de Condição e Proporção da Variância									
Dimensão	Índice de Condição	Proporção da Variância							
		Const	CH8	CE15	CC4	CH20	CE12	CH21	CH7
1	1,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
2	5,672	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,680	0,000
3	9,241	0,000	0,010	0,010	0,000	0,720	0,040	0,000	0,020
4	12,572	0,010	0,080	0,350	0,000	0,020	0,230	0,020	0,000
5	13,836	0,000	0,020	0,040	0,580	0,160	0,080	0,000	0,040
6	16,315	0,010	0,130	0,120	0,050	0,000	0,580	0,010	0,200
7	22,439	0,080	0,720	0,430	0,090	0,000	0,060	0,000	0,240
8	30,612	0,900	0,040	0,050	0,280	0,100	0,010	0,290	0,500

Fonte: Elaborado pelos autores

Analisando a Tabela 10 observa-se que o valor de R^2 ajustado do modelo foi de 0,365. Isso significa que as variáveis que compõem o capital intelectual escolhidas pelo método *stepwise* para este modelo explicam apenas 36,5% à performance organizacional. Percebe-se que existem outras variáveis não incorporadas ao modelo que correspondem aos 63,5% da parte não explicada da performance.

A Tabela 11 da análise de variância confirma esse resultado, pois o nível de significância mostra que, a influência destas variáveis é significativa. Em outras palavras, pode-se notar que o modelo é estatisticamente significativo, pois o nível de significância do teste F (9,811) foi de 0,000, ou seja, a hipótese nula de que todos os coeficientes angulares do modelo são iguais a zero pode ser rejeitada.

Tabela 10 – Coeficiente de Determinação para Variáveis Ponderadas			Tabela 11 – Análise de Variância					
R	R ²	R ² ajustado	Fonte de Variação	Soma dos Quadrados	Graus de Liberdade	Soma das médias dos Quadrados	Razão F	Sig.
0,63	0,406	0,365	Em virtude da Regressão	6,967	3	2,322	9,811	0,00
Fonte: Elaborado pelos autores			Em virtude dos resíduos	10,178	43	0,237		
			Total	17,145	46			
			Fonte: Elaborado pelos autores					

A Tabela 12 apresenta os resultados do modelo de regressão, com a utilização do método *stepwise*. Assim, o modelo de regressão selecionado pelo método *stepwise*, para as variáveis ponderadas, foi o seguinte:

$$\text{MPERF} = 0,339 + 0,391 \text{ PCC4} + 0,294 \text{ PCH 8} + 0,251 \text{ PCE 18}$$

Em que:

PCC4 = As vendas têm aumentado significativamente

PCH 8 = A receita por colaborador tem aumentado significativamente

PCE 18 = As despesas administrativas tem diminuído

Analisando os coeficientes beta das três variáveis (Tabela 12) verificou-se que o coeficiente beta da variável PCC 4 (0,391) é superior ao coeficiente da variável PCH 8 (0,294), que é superior ao da variável CE 18 (0,251), indicando que a primeira tem um peso maior que a segunda, e a segunda tem um peso maior que a terceira e, assim sucessivamente, na influência global da performance. Em relação ao teste t de hipótese (Tabela 12) sobre os coeficientes individuais, observou-se que todos os valores de t das três variáveis explicativas são superiores aos valores de t tabelados para 95% de confiança, o que representa níveis de significância inferiores a 0,05; rejeita-se a hipótese de os

coeficientes sejam iguais a zero. Portanto, observa-se que as três variáveis são significativas, e afirma-se que cada uma das variáveis independentes tem influência na performance organizacional, uma vez que seus coeficientes são diferentes de zero.

Analisando a matriz de correlação das variáveis ponderadas do modelo para verificar a ausência ou presença de multicolinearidade, percebeu-se que as correlações são positivas e inferiores a 0,5, indicando uma moderada correlação entre as variáveis. Das seis correlações entre as variáveis do modelo, quatro são significativas. Com isso, não há problemas de multicolinearidade no modelo, pois o limite máximo tolerável, segundo Pestana e Gageiro (2000) é 0,9. Ainda, em relação à presença ou ausência de multicolinearidade no modelo, verifica-se que todas as variáveis PCC 4, PCH 8 e PCE 18 apresentam valores de tolerância muito próximos de um (Tabela 13). Isto indica um forte sinal da ausência da multicolinearidade. Igualmente para o fator de inflação da variância (VIF) que para todas as variáveis está à baixo do valor considerado limite para a presença de multicolinearidade no modelo, isto é, acima de 10.

Tabela 12 – Modelo de Regressão				Tabela 13 – Tolerância e VIF		
Modelo	Beta	t	Significância	Modelo	Tolerância	VIF
Constante		7,047	0,000	Constante		
PCC 4	0,391	3,203	0,003	PCC 4	0,928	1,078
PCH 8	0,294	2,402	0,021	PCH 8	0,923	1,083
PCE 18	0,251	2,107	0,041	PCE 7	0,970	1,030
Fonte: Elaborado pelos autores				Fonte: Elaborado pelos autores		

A análise dos resultados obtidos com a pesquisa empírica. É importante destacar que a maioria das médias apresentou valores bem próximos do valor máximo, ou seja, 5. Assim, as variáveis que obtiveram maiores pesos nas médias, em relação ao nível de presença foram: a filosofia da empresa incentivadora e participativa (CE 17), confiança entre empresa e os colaboradores (CH 13) e ótima reputação da empresa frente a clientes e fornecedores (CC 7). Em relação a importância para a performance, as variáveis que obtiveram maiores médias foram as seguintes: entrega de produtos aos clientes de forma rápida e eficiente (CE 7), respeito de líderes (CH 1), marca da empresa bem conhecida pelo mercado (CC 6) e identificação das necessidades dos clientes (CC 9).

5. CONSIDERAÇÕES FINAIS

Atualmente, as empresas de todos os setores da cadeia produtiva, em função das novas tecnologias, desenvolvidas principalmente nas áreas de comunicação e informática, e da acirrada

competição mercadológica, necessitam de contínuas adaptações em sua estrutura organizacional (Wernke, 2003), principalmente no que diz respeito ao capital intelectual. Para acompanhar e agilizar os processos e as solicitações dos clientes, emergem os ativos intangíveis na organização, onde são cada vez mais requeridas capacidades de criar, multiplicar e de utilizar eficazmente os conhecimentos e habilidades. A partir de então, passa-se a perceber que capital intelectual é uma das palavras-chave para se compreender porque a Gestão do Conhecimento torna-se uma questão de inovação crucial para as organizações. Assim, o capital intelectual como elemento inovador e agregador de valor para as empresas é um ponto que merece destaque.

Desta forma, as empresas motivadas por uma posição competitiva favorável e de uma melhor performance elaboram suas estratégias competitivas, de maneira a estabelecer uma posição lucrativa e sustentável contra seus concorrentes, inovando através de uma eficiente gestão do capital intelectual. Nota-se que, na percepção das empresas que receberam o Prêmio Qualidade RS, no ano de 2004, o capital intelectual é bastante presente, sendo considerado muito importante para a performance. Este se confirma através dos resultados da análise estatística descritiva que apresentaram elevadas médias tanto para o nível de presença do capital intelectual, quanto em relação à importância dele para a performance.

O presente artigo buscou investigar a importância do Capital Intelectual como elemento de inovação nas organizações que receberam o Prêmio Qualidade RS, em 2004, evidenciando o impacto dos elementos que compõem o Capital Intelectual na performance destas empresas. Entretanto, através das análises de correlação e de regressão para verificar o impacto do capital intelectual na performance das organizações, percebeu-se que o capital intelectual exerce pouco impacto na performance. Assim, como em relação ao objetivo do presente artigo, verificou-se que os resultados obtidos não permitem descartar a afirmação teórica de que o capital intelectual é importante e considerado como principal fonte de vantagem competitiva. No entanto, para as empresas pesquisadas, o capital intelectual explica apenas uma parte da performance organizacional.

Além disso, constatou-se na realidade empresarial, a presença de capital intelectual através da identificação de diversas variáveis que compõem os três elementos do capital intelectual (capital humano, capital estrutural e capital de clientes); confirmado assim, que os três elementos do capital intelectual são bastantes presentes nas empresas. Do mesmo modo que foram considerados, no geral, muito importante à performance organizacional. Observou-se comparativamente o inter-relacionamento dos elementos que compõem o capital intelectual e sua importância para as empresas, através dos resultados nas análises da estatística descritiva, análises de correlação e de regressão. A partir disso, pôde-se concluir que os elementos do capital intelectual apresentaram correlações

significativas e positivas entre si. No entanto, não se pode dizer o mesmo da relação destes elementos com a performance organizacional, já que a análise de correlação entre eles não foram significativas.

Por último, com a avaliação da relação entre o capital intelectual e a performance organizacional, através da análise de correlação, verificou-se que o capital intelectual influencia à performance, à medida que, pelo menos uma variável dos elementos do capital intelectual possuem correlação significativa com a performance organizacional.

Sobre as hipóteses: a primeira, a segunda e a terceira hipóteses não se confirmaram. Em relação à quarta, quinta e sexta hipóteses que consistiram em verificar, respectivamente se existe uma correlação positiva entre o capital estrutural e o capital de clientes; se existe uma correlação positiva entre o capital de estrutural e o capital humano; e se existe uma correlação positiva entre o capital humano e o capital de clientes; pode-se concluir que as três hipóteses se confirmam. Portanto, de maneira geral, pode-se dizer que o modelo de regressão utilizado no trabalho é adequado, já que os resultados obtidos foram coerentes com os pressupostos da análise de regressão múltipla. Pode-se afirmar que, a performance organizacional deve ser influenciada por outras variáveis, que não só, estas do capital intelectual. Mesmo que a teoria afirme, que hoje, o capital intelectual é fonte de vantagem competitiva, neste estudo, observou-se que o capital intelectual não é tão importante para a performance organizacional das empresas que receberam o Prêmio Qualidade RS em 2004, pois para essa empresas o capital intelectual explica apenas uma pequena parte da performance organizacional.

REFERÊNCIAS

ANTUNES, M. T. *Capital Intelectual*. São Paulo: Atlas, 2000.

ARNOSTI, J. C.; NEUMANN, R. A. Capital Intelectual: um novo paradigma contábil? A era do conhecimento agregando valor. *Anais da XXIV Conferência Interamericana de Contabilidade*. Punta Del Este Uruguay, 2001.

BROOKING, A. *Intellectual capital: core asset for the third millennium enterprise*. International Thomson Business Press, New York, 1996.

CORRÊA, M. O empresário. ACI/A casa do Empresário. *Revista da Associação Comercial, Industrial e de Serviços de Novo Hamburgo, Campo Bom e Estância Velha*. Ano 8, janeiro/fevereiro, n. 36, 2004.

CRAWFORD, R. *Na Era do Capital Humano*. São Paulo: Atlas, 1994.

DAVENPORT, T. H.; PRUSAK, L. *Conhecimento Empresarial*. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

DAY, G. S.; REIBSTEUIN, D. J. *A Dinâmica da Estratégia Competitiva*. Rio de Janeiro: Campus, 1999.

DRUCKER, P. F. *Sociedade Pós-capitalista*. São Paulo: Pioneira, 1994.

- DUFFY, D. Uma ideia capital. *HSM Management*, São Paulo, n.22, set./out. 2000.
- EDVINSSON, L.; MALONE, M. S. *Capital Intelectual descobrindo o valor real de sua empresa pela identificação de seus valores internos*. São Paulo: Makron Books do Brasil, 1998.
- FERNANDES, B. H. R. *Competências e Performance Organizacional: Um estudo empírico*. Tese (Doutorado em Administração de Empresas) – Universidade de São Paulo, 2004.
- FIRER, S.; WILLIAMS, S. M. *Intellectual capital and traditional measures of corporate performance*. *Journal of Intellectual Capital*, v. 4, n. 3, p. 348-360, 2003.
- GIL, A. C. *Como elaborar projetos de pesquisa*. São Paulo: Atlas, 1997.
- GODOY, A. S. Pesquisa qualitativa: tipos fundamentais. *Revista de Administração de Empresas*. São Paulo: p.20-29, v.35,n.3. mai/jun. 1995.
- GUTHRIE, J. The management, measurement and the reporting of intellectual capital. *Journal of Intellectual Capital*, v.2, n.1, 2001.
- KAPLAN, R. S.; NORTON, D. P. *A estratégia em Ação*. Rio de Janeiro: Campus, 1997.
- KLEIN, D. A. *Gestão Estratégica do Capital Intelectual*. Rio de Janeiro: Qualitymark,1998.
- LOW, J.; KALAFUT, P. C. *Vantagem Invisível*. Porto Alegre: Bookman, 2003.
- LUTHY, D. H. *Intellectual Capital and its Measurement*. *Journal of Intellectual Capital*, v.3, n.6, p. 221-235, 2000.
- MALHOTRA, N. K. *Pesquisa em Marketing*. 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2004.
- MARR, B.; GRAY, D.; NEELY, A. Why do firms measure their intellectual capital? *Journal of Intellectual Capital*, v.4, n.4, p. 441-464, 2003.
- MATHEUS, L. F. *Uma análise da identificação e da gestão do capital intelectual nas Usinas Sucroalcooleiras e da prática dos princípios delineadores do conceito de avaliação de empresas na sua gestão econômico financeira: um estudo exploratório em dez usinas Paulistas*. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Escola de Engenharia de São Carlos da Universidade de São Paulo, São Carlos, 2003.
- REZENDE, J. F. *Balanced Scorecard e a gestão do capital intelectual*. Rio de Janeiro: Campus, 2003.
- RODOV, I.; LELIAERT, P. FiMiam: financial method of intangible assets measurement. *Journal of Intellectual Capital*, v.3, n.3, 2002.
- SCHMIDT, P.; SANTOS, J. L. *Avaliação de Ativos Intangíveis*. São Paulo: Atlas, 2002.
- SILVI, R. Knowledge management: A strategic cost management perspective. *Management Accounting Section*, 2002.
- STEWART, T. A. *Capital Intelectual - A nova vantagem competitiva das empresas*. Rio de Janeiro: Campus Ltda., 1998.

STRAIOTO, D. M. G. T. A contabilidade e os ativos que agregam vantagens superiores e sustentáveis de competitividade capital intelectual. *Revista Brasileira de Contabilidade*, n. 124, p. 33-41, 2000.

SVEIBY, K. E. *A nova riqueza das organizações: gerenciando e avaliando patrimônios de conhecimento*. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

TENÓRIO, F. G. *Gestão de ONG's: principais funções gerenciais*. Rio de Janeiro: FGV, 2001. 5 ed.

TERRA, J. C. C. *Gestão do conhecimento: o grande desafio empresarial*. São Paulo: Negócio Editora, 2000.

TOFFLER, A. *A terceira onda*. Rio de Janeiro: Record, 1990.

WERNKE, R. Avaliação do capital intelectual: considerações sobre os métodos mais recentes. *Revista Brasileira de Contabilidade*, n. 142, julho/agosto. 2003, p. 73-85.

INTELLECTUAL CAPITAL: AN INNOVATIVE TOOL IN THE SEARCH FOR COMPETITIVE ADVANTAGE

ABSTRACT

In recent years, with the advent of globalization suggest new ways of perception and interpretation of society as a whole. In this sense, organizations began to realize the existence of a new production factor to be managed, the intellectual capital. Thus, this study investigates the importance of intellectual capital in organizational performance, providing a quantitative-descriptive study of 57 organizations that received the RS Quality Award in 2004. For data analysis techniques were used descriptive statistics, correlation and regression. The results failed to dismiss the claim that intellectual capital is a source of competitive advantage. However, it was found that for companies that received the Award Gaúcho, intellectual capital explains only a small part of organizational performance.

Keywords: Intellectual capital; Innovation; Organizational performance.

Data do recebimento do artigo: 06/06/2012

Data do aceite de publicação: 19/10/2012