Capital intelectual: sua divulgação no setor bancário em Portugal

Maria de Lurdes Ribeiro da Silva

Departamento de Economía Financiera y Contabilidad

Tesis doctoral presentada para la obtención
del Grado de Doctora Internacional
Vigo, 2012

Universidade Vigo

Facultad de
Ciencias Económicas
y Empresariales

UNIVERSIDAD DE VIGO

FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS Y EMPRESARIALES

Departamento de Economía Financiera y Contabilidad

CAPITAL INTELECTUAL: SUA DIVULGAÇÃO NO SETOR BANCÁRIO EM PORTUGAL

Tesis presentada para la obtención del Grado de Doctora Internacional por:
Maria de Lurdes Ribeiro da Silva

Dirigida por:
Profesora Doctora María del Pilar Muñoz Dueñas
Profesora Titular de Escuela Universitaria de la Universidad de Vigo

Profesora Doctora Ana Maria Gomes Rodrigues
Profesora Auxiliar en la Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra

Aos meus pais,

António da Silva

Margarida Maria Ribeiro

AGRADECIMENTOS

Um trabalho desta natureza, embora seja individual na sua essência, resulta também do contributo direto e indireto de outras pessoas, sendo, por isso, merecedora uma breve referência que, embora simbólica, representa o reconhecimento e agradecimento dessa contribuição.

Da professora doutora Ana Maria Gomes Rodrigues enalteço o acompanhamento profissional e amigo. A sua orientação atenta, dedicada e de um rigor extraordinário, juntamente com uma humanidade e simplicidade ímpares, foram um dos grandes motores deste percurso. Agradeço tudo o que me ensinou e a forma construtiva e incentivadora com que o fez. Agradeço também o apoio nos momentos em que o ânimo se esvaía na descrença e pelas palavras tão assertivas e oportunas, que resulta de uma atenção permanente à pessoa e não só à sua eficácia. Agradeço igualmente à professora doutora María del Pilar Muñoz Dueñas a dedicação e empenho na minha orientação. A forma interessada com que encarou este trabalho assim como o seu estímulo e motivação, aliado à sua genuína simpatia e cordialidade, foram muito importantes ao longo desta jornada. Às minhas orientadoras e amigas, muito obrigada!

Ao Instituto Politécnico do Cávado e do Ave, na pessoa do seu presidente professor doutor João Carvalho, retribuo o reconhecimento ao longo de oito anos de trabalho. À professora doutora Maria José Fernandes, diretora do Departamento de Contabilidade e Fiscalidade e do Centro de Investigação em Contabilidade e Fiscalidade dos quais faço parte, reconheço e agradeço a confiança que me deposita, o estímulo e a amizade que mantemos desde a licenciatura. Agradeço também aos colegas e amigos da Escola Superior de Gestão que mais de perto me acompanharam neste trabalho. Saliento de um modo muito especial a Kátia Lemos e a Cláudia Cardoso pela recetividade em escutar as minhas reflexões e angústias, pelos conselhos pragmáticos e pela troca de ideias fundamentais para ultrapassar os obstáculos com que me fui deparando. Agradeço igualmente à Patrícia Quesado e à Maria José Jesus a ajuda e o apoio essenciais para alcançar esta etapa. Não posso deixar de reconhecer a colaboração da Catarina Azevedo em alguma pesquisa bibliográfica.

Agradeço à minha grande amiga Verónica Lobo a preciosa ajuda na inserção e confirmação de dados. Estendo este agradecimento às restantes grandes amigas e amigos, reconhecendo a força e a confiança que me transmitiram.

Destaco a importância da minha família como suporte necessário ao equilíbrio e estabilidade e dedico o resultado deste trabalho aos meus pais, a quem agradeço a herança dos valores do trabalho e do conhecimento, assim como uma educação e um exemplo que tento seguir.

RESUMEN

En los últimos años se ha producido un notable incremento de la importancia de los recursos intangibles respecto de los tangibles. La economía actual es resultado de presiones competitivas que han exigido la concretización de los negocios a nivel internacional y el desarrollo de tecnologías sofisticadas que permitieran acompañar a esta drástica evolución. Las empresas, en la era de la información y de la innovación, han buscado nuevas formas de organizarse para lograr su supervivencia, encontrando en las redes globales de relaciones estratégicas la mejor manera de hacerlo. Este tipo de red es la denominada por Lev (2003), genéricamente, como economía de red.

En ésta economía, el sector servicios se ha destacado en relación a los sectores más tradicionales de la economía. La utilización, cada vez con más intensidad, del conocimiento y la mayor orientación hacía el cliente, ha conducido a que las empresas, en este sector, atribuyan mayor valor a la innovación, a la calidad de los productos y servicios prestados, a las tecnologías de la información y comunicación y a la creatividad y capacidad de los recursos humanos.

En este contexto los activos intangibles se han considerado como factores relevantes en la creación de valor de las organizaciones del siglo XXI, sin embargo, numerosos de esos activos no han quedado reflejados en los estados financieros de las empresas.

La falta de una cultura organizacional basada en la gestión de los activos intangibles es, en nuestra opinión, el principal obstáculo para que existan procedimientos contables adecuados a tal fin, en concreto, el desarrollo de modelos de medición apropiados para su reconocimiento, dado que la actual normativa contable no traduce la verdadera esencia económica de los elementos. No obstante, dada las características particulares de estos activos, el reconocimiento de los mismos se convierte en un asunto controvertido en el ámbito contable por el hecho de que en la perspectiva más tradicional de esta ciencia no existen mecanismos para reconocer estas nuevas realidades (Rodrigues, 2011).

El capital intelectual es un tema que ha centrado el discurso de un gran número de investigadores con la intención de otorgarle la importancia que tiene en la sociedad actual, en lo que respecta a su reconocimiento en los estados financieros y a su divulgación. La relevancia que ha tenido en los últimos años la divulgación del capital intelectual se debe a que los organismos de normalización contable consideran que el "verdadero" capital intelectual no cumple los requisitos necesarios de objetividad y fiabilidad para que aquel sea reconocido en los estados financieros. Existe por eso, en las últimas décadas, un interés y presión creciente de la comunidad científica por el reconocimiento de la importancia de los activos intangibles y por la comprobación del deterioro de la información contable ya que la norma contable no reconoce

gran parte de los intangibles, que son actualmente las principales fuentes generadoras de innovación y competitividad de las organizaciones (Rodrigues, 2011).

A este respecto, Mouritsen (2006) considera que al igual que existe una memoria en las cuentas anuales que refleja las transacciones en el ámbito del sistema de contable, las organizaciones deberían disponer de una memoria que reflejara a las transacciones sobre el conocimiento.

La terminología contable adopta el concepto de activo intangible. En éste ámbito, la normativa contable circunscribe un conjunto de criterios de reconocimiento, principalmente, referido a la identificabilidad del activo, a su control y a la existencia de beneficios económicos futuros (IAS 38, §10). Por otra parte, la definición de capital intelectual es aplicada en el ámbito de la gestión, presentando éste último concepto un enfoque más amplio, ya que éste se asocia al conocimiento aplicado en las organizaciones en forma de experiencia, de creatividad, de talento, de competencias organizacionales y de cualidades que conducen a la innovación y a la obtención de ganancias sostenibles. Stewart (1999) define el capital intelectual como un conjunto de elementos, a saber, el talento de los trabajadores, la eficacia de los sistemas de gestión y la naturaleza de la relaciones.

El capital intelectual ha sido dividido en capital humano, en capital estructural y en capital relacional, clasificación que ha tenido gran aceptación por parte de los investigadores de este tema. El componente capital humano representa los conocimientos y las aptitudes individuales, la experiencia, la flexibilidad y la creatividad. Es, por eso, el componente que aumenta la productividad y el valor organizacional mediante la aportación de un individuo a la organización (Cañibano *et al.,* 2008), es decir, representa la principal fuente de innovación y de renovación organizacional (Stewart, 1999), asumiéndose éste como el factor de la heterogeneidad de las empresas (Cabrita, 2009).

El capital estructural está representado por un conjunto de procedimientos o procesos organizativos que permiten a la entidad desarrollar y obtener ventajas competitivas, es decir, está constituido por un conjunto de infraestructuras, sistemas de información y procesos organizativos que representan el potencial intelectual que existe en la organización.

El capital relacional mide el valor de las relaciones que una organización establece y mantiene con sus grupos de interesados. Incluye un conjunto de características que la organización obtiene en sus relaciones externas con clientes, proveedores, accionistas, inversores y otros y abarca no sólo las relaciones que tiene la entidad con terceros, así como la percepción que tienen de esa entidad. Segun López Sáez *et al*. (2007), en éstas relaciones interorganizativas se produce una forma superior de conocimiento, basado en la coordenación o combinación de parte del conocimiento de cada uno de los agentes involucrados en la relación.

Si bien estos tres componentes generan riqueza en la organización, existe, sin embargo, el consenso de que ninguna de estas categorías de capital intelectual es rentable si es utilizada aisladamente. Las mismas tendrán valor a través de su interacción, calificándose, por esta circunstancia, al capital intelectual como un concepto multidimensional.

Así pues aunque los términos "capital intelectual" y "activo intangible" representen, en su esencia, el mismo significado, en este trabajo hemos establecido una distinción entre los dos conceptos. Así, hemos utilizado el termino de "activo intangible" cuando hemos analizado la divulgación de los recursos intangibles a los que se hace referencia en la normativa contable internacional de los intangibles (divulgación normativa), es decir, utilizaremos el término activo intangible cuando realicemos el análisis de la divulgación de los activos intangibles en la vertiente de la contabilidad. Por otra parte, utilizamos el concepto de divulgación de "capital intelectual" para los recursos que representan todo el conocimiento que posee la organización y utiliza en la creación de valor y de innovación, sea o no reconocido en los estados financieros. Este análisis, basado en la perspectiva de la gestión, incide en la divulgación de los factores intangibles considerados esenciales para la competitividad de una entidad.

Según señala Cabrita (2009) la distinción entre el enfoque restrictivo de la normativa contable sobre los activos intangibles y la amplitud de contenidos que abarca el concepto de la gestión del capital intelectual, puede ser atribuida a la diferencia entre las actividades fundamentales de la corriente estratégica del capital intelectual, esencialmente, el aprendizaje organizacional, la gestión del conocimiento y la gestión de la innovación y las actividades críticas de la corriente de la contabilidad, que son las que conducen a la medición y divulgación de los intangibles.

Dado el aserto realizado, por un lado, por Meer-Kooistra e Zijlstra (2001) relativo a la diferencia entre los informes de contabilidad que sólo incluyen, con criterios objetivos, elementos internos y el informe de capital intelectual que incluye elementos internos y externos y, por otro lado, la constatación de Guthrie *et al.* (1999) de que existe una divergencia entre el reconocimiento de la importancia del capital intelectual y la existencia de procedimientos concretos para la manifestación de su importancia en los informes anuales, el objetivo principal de esta investigación se concreta en la evaluación de las prácticas de divulgación de la información, adoptadas por los bancos, referida a aquellas cuestiones que contribuyen en mayor medida a la generación de su valor, esto es, su capital intelectual.

El sector bancario ha sufrido, durante las últimas décadas, enormes cambios consecuencia, entre otros, de su rigurosa reglamentación, de los procesos de concentraciones y fusiones y de la restructuración de sus plataformas tecnológicas. Dado que este sector opera en el contexto de la economía global, requiere conocimientos especializados y el uso de sofisticadas tecnologías de información y de comunicación, así como de transparencia y fiabilidad en las actividades desarrolladas, cuestiones que están siendo cada vez más demandadas por sus clientes y usuarios.

Las características específicas de este sector, esencialmente su rigorosa reglamentación, son las causas de que, en numerosas ocasiones, el estudio del sector bancario no haya sido abordado en el ámbito de las investigaciones académicas. De hecho, el análisis de la divulgación del capital intelectual en este sector, se ha basado en la afirmación mantenida por varios autores, de que en industrias de sectores intensivos en capital intelectual, la divulgación debe centrarse en el reflejo de su intensidad, siendo de esperar, tal y como afirman Guthrie *et al.* (1999), que la industria que producirá resultados más interesantes en este sentido sea la de servicios financieros. Shih *et al.* (2011) consideran que el capital intelectual es el núcleo de la industria financiera actual porque el mismo permite resaltar al conocimiento como un recurso valioso para la innovación y el crecimiento. Creemos, como Ho y Wong (2001) que la transparencia es la clave de la divulgación voluntaria, de ahí que la industria financiera sea la industria más adecuada para nuestro análisis dada la mayor exigencia de claridad y rigor requerida por los *stakeholders*.

Así pues para conocer las prácticas de difusión del capital intelectual en el sector bancario en Portugal, hemos analizado la divulgación del mismo desde las dos perspectivas anteriormente mencionadas: la de la normativa contable y la de la gestión organizacional. El análisis de la divulgación de los intangibles desde el punto de vista normativo se ha basado en la NIC 38 del IASB. El análisis desde la perspectiva de la gestión se ha efectuado a través de la construcción de un índice de divulgación de la información voluntaria basado en las contribuciones realizadas por el modelo *Intellectus*, desarrollado por el Centro de Investigación sobre la Sociedad del Conocimiento - Instituto de Administración de Empresas de la Universidad Autónoma de Madrid (CIC-IADE) y por el modelo *Intellectual Capital Statement (made in Europe)* (*InCaS*), ambos promovidos por la Comisión Europea y que en nuestro trabajo adaptamos al sector bancario.

Por lo tanto, en esta investigación nos propusimos realizar un análisis que nos permitiera confrontar la divulgación de los activos intangibles desde las perspectivas de la normativa contable y de las prácticas voluntarias de divulgación de los mismos, en cuestiones que creemos son relevantes para conocer el capital intelectual de las organizaciones del sector bancario. Hemos procurado analizar en qué medida en el sector bancario portugués se considera la transparencia y la precisión como factores esenciales en la divulgación de la información relativa al capital intelectual.

Hemos adoptado la perspectiva positivista de la investigación mediante un enfoque metodológico del análisis del contenido con la aplicación de métodos cuantitativos para el procesamiento y análisis de datos, los cuales, después de clasificados en atributos, permiten conocer las prácticas de divulgación del capital intelectual en el sector bancario.

Varias teorías se aplican a los estudios realizados acerca de la divulgación de la información sobre el capital intelectual. La consideración conjunta de aspectos de cada una de las teorías,

resulta ser la manera más rigurosa para encontrar aquellos fundamentos que justifican la divulgación de la información, pues ninguna de ellas, por sí solas, contiene argumentos teóricos que expliquen la problemática asociada a la divulgación del capital intelectual. Así, la teoría de la agencia comprende un conjunto de relaciones contractuales existentes en la organización, sosteniendo la necesidad de que existan mecanismos eficaces para hacer converger los intereses del administrador y del propietario en cuestiones de divulgación. La teoría de los *stakeholders* se basa en una relación más amplia entre la gestión de la organización y la de los interesados en la misma. Esta teoría adquiere trascendencia, principalmente, en tiempos de cambio e incertidumbre dado el interés social existente por la información divulgada de las organizaciones. En esta teoría, los *stakeholders* adquieren un papel relevante en el éxito futuro de la organización.

En la teoría de la señalización se encuentran fundamentos para justificar la mayor divulgación en aquellas organizaciones que son más rentables, fundamentalmente aquellas que además están interesadas en que sus acciones sean valoradas positivamente en el mercado y necesitan aumentar la confianza de los inversores, justificando, del mismo modo, esta teoría, que la actuación de los agentes está en consonancia con los acuerdos establecidos con los accionistas.

La teoría de *proprietary costs*, esencialmente orientada a la divulgación de la información en el mercado de capitales, fundamenta la relación coste/beneficio de la difusión de información. También la aplicación de las teorías de la legitimidad e institucional adquieren relevancia para la divulgación de información en contextos de ambigüedad e incertidumbre. Las organizaciones adquieren legitimidad ante la sociedad cuando, por un lado, respetan las leyes y los reglamentos a los que están sometidos y, por otro, cuando exponen su comportamiento a los *stakeholders*. De ahí que proporcionan una información voluntaria más extensa y una información obligatoria más rigurosa, respuesta a las expectativas de los grupos de interesados y/o la sociedad en general.

Pretendemos pues realizar una reflexión acerca de la legitimidad que las instituciones bancarias buscan mediante la divulgación de una información más detallada acerca de su capital intelectual. Esta legitimidad es obtenida por presiones isomorfas tanto coercitivas, por la imposición de uniformidad en el cumplimiento de reglas y normas (en la divulgación de la información desde la perspectiva normativa), como normativas y miméticas, resultado de la incertidumbre en las prácticas voluntarias que se aplican en una industria fuerte con una gran influencia económica y social y reducida en participantes (en la divulgación de información desde la perspectiva de la gestión).

Al mismo tiempo, al analizar la divulgación desde la doble perspectiva de la normativa contable y de la gestión, en este trabajo procuramos confirmar la limitación que tiene la divulgación de los intangibles cuando ésta se basa en el simple cumplimiento de las exigencias normativas, las

cuales, por sí solas, no constituyen una herramienta de gestión relevante pues impiden reflejar elementos que contribuyen al incremento de la competitividad y al crecimiento organizacional. De ahí que, al analizar la divulgación de la información de los activos intangibles en los estados financieros y la divulgación de la información voluntaria de capital intelectual tanto en los informes anuales como en las páginas *Web* de los bancos, intentemos evaluar la extensión y la incidencia o tendencia de esta divulgación. Con la interpretación de los resultados comprobamos cual es el medio que utilizan los bancos en Portugal para divulgar el capital intelectual, pudiendo ésto estar relacionado con la mayor o menor importancia atribuida a esta información. Pretendemos, de igual manera, reforzar el análisis de la divulgación del capital intelectual realizando un estudio de las características o factores que pueden determinar esta divulgación por parte de las entidades bancarias.

Así, basándonos en la complementariedad de las teorías económicas y de las teorías sociales y políticas, pretendemos, a través del análisis de los estados financieros consolidados, de los informes anuales individuales y de las páginas *Web* del sector bancario, evaluar, para el periodo comprendido entre los años 2001 al 2011, la extensión, la evolución y las tendencias de la divulgación de información realizada en base a los requerimientos de la normativa internacional relativa a los activos intangibles, así como la divulgación de información voluntaria del capital intelectual. De igual manera, se analizaron algunas características de los bancos que permitieron determinar qué factores favorecen una divulgación de la información del capital intelectual en mayor cantidad.

El análisis de los estados financieros consolidados de los grupos bancarios en Portugal lo hemos realizado para el periodo comprendido entre los años 2001 al 2009. Para éste análisis, hemos adoptado un enfoque longitudinal través de la estimación de datos de panel con la finalidad de explorar la extensión, la evolución y los factores que determinan la divulgación de información de los activos intangibles. De esta manera, en la primera parte del estudio empírico que hemos realizado, hemos analizado la divulgación de acuerdo a la normativa de los activos intangibles, mediante un índice construido a partir de los requisitos de divulgación establecidos en la NIC 38 del IASB. Este índice de divulgación es aplicado a los estados financieros consolidados de los diecisiete bancos que en Portugal presentaron cuentas anuales en el periodo estudiado, habiendo realizado la lectura de los ciento cincuenta y tres informes, que se centran principalmente en la memoria de los estados financieros consolidados.

El índice de divulgación construido fue aplicado a dos tipos de análisis: un primer análisis del grado de divulgación, calculado por la división de los indicadores que fueron divulgados sobre los indicadores totales que componen el índice (que son cuarenta y siete) y, un segundo análisis realizado con el cálculo de los indicadores divulgados sobre los indicadores que se aplican a cada banco en concreto (metodología adoptada por Cooke, 1989). El primer análisis revela los

itens de divulgación de intangibles que fueron divulgados por las entidades en relación a todos los indicadores que están en el índice de divulgación. El segundo análisis de la divulgación considera la ponderación de los *itens* divulgados por la entidad respecto a los que la entidad posee. Estos dos índices de divulgación se han subdividido en otros cuyo análisis considera separadamente los intangibles generados internamente, los intangibles adquiridos y otro tipo de información relativa a los intangibles obtenidos a partir de las sugerencias establecidas en la NIC 38, referidas a su divulgación.

De igual manera, pretendemos, en esta primera parte de nuestro estudio empírico, analizar la influencia que tiene la normativa contable sobre las prácticas de divulgación de los activos intangibles, sobre la población que consideramos. Para ello hemos analizado la información divulgada tanto en el periodo anterior a la adopción de la normativa del IASB (2001-2004) como en el periodo posterior a su aplicación (2005-2009). Con ello pretendemos determinar la influencia que ha tenido, en Portugal, la adopción de la referida normativa tanto en el grado como en la evolución de la divulgación de información de los activos intangibles en los estados financieros consolidados de los bancos.

En la segunda parte del estudio empírico llevamos a cabo un análisis relativo a la divulgación de información voluntaria del capital intelectual realizada en los informes anuales y en las páginas *Web* de las entidades bancarias en Portugal. Los informes anuales y las páginas *Web* son fundamentales para difundir la gestión del conocimiento de la organización.

El sector bancario es intensivo en capital intelectual y, a su vez, se revela muy visible por un gran número de *stakeholders* que tienen interés en su actividad. Frente a la divulgación oficial y auditada de la información realizada en las cuentas anuales, las entidades que componen el sector bancario otorgan cada vez más importancia a la divulgación informal del capital intelectual realizada a través de los portales *Web*. De ahí que, con este análisis, pretendamos contribuir al estudio de cómo estas entidades conciben la transparencia de la información voluntaria de capital intelectual, mediante la combinación de obtención de los datos a través de dos fuentes de información (páginas *Web* e informes anuales) de un sector que está expuesto y es foco de atención de muchos y variados *stakeholders*.

En este contexto, y a luz de las teorías de los stakeholders, de la legitimidad y la teoría institucional, nos propusimos, en esta segunda parte del estudio empírico, analizar la divulgación voluntaria del capital intelectual realizada en los informes anuales individuales, publicados en portugués, de aquellos bancos que en el año 2010 operaban en Portugal y, que en el año 2011, disponían de página *Web* accesible.

Para lograr estos objetivos, construimos, tal como hemos mencionado anteriormente, un índice de divulgación con indicadores basados en las premisas del modelo *Intellectus* y del modelo

InCaS (*made in Europe*), ambos promovidos por la Comisión Europea. A través de la adaptación de estos modelos al sector bancario, obtuvimos un instrumento para determinar las prácticas de divulgación voluntaria del capital intelectual, concretamente las referidas al nivel de su divulgación así como de cada uno de sus componentes: el capital humano, el capital estructural y el capital relacional. El estudio de los componentes, de los elementos, de las variables y de los indicadores de divulgación que componen el índice construido, nos ha permitido, de igual manera, evaluar la incidencia de la divulgación, lo que puede ser explicativo de cual es la información que los bancos consideran más importante para ser divulgada a los *stakeholders*.

Por otra parte, el análisis comparativo de ambos estudios (divulgación llevada a cabo en los informes anuales y en las páginas *Web*) permitió determinar a su vez cual es la información relativa al capital intelectual en estos medios de información empresarial que el sector bancario prefiere divulgar. También en este análisis, el estudio de los factores determinantes de la divulgación de la información en los informes anuales y en las páginas *Web* de los bancos, permitió extraer conclusiones acerca de la influencia de éstos sobre la divulgación voluntaria de capital intelectual.

Llevado a cabo los estudios expuestos, los resultados del análisis del nivel de divulgación de los intangibles en los estados financieros consolidados de los bancos en Portugal durante el período 2001-2009 revelaron un valor medio de divulgación de la información de intangibles de 0,24. Esta divulgación aumentó de una media de 0,1940 en 2001 a 0,2778 en el año de 2009. La consideración de los indicadores divulgados en base a los indicadores que se aplican a cada banco, es decir, la no penalización del índice con indicadores que no se aplican a cada banco en particular, revela un valor medio de divulgación de la información de intangibles en el período de análisis de 0,8286. La evolución de este índice representa un aumento de la divulgación de intangibles de 0,7852 en 2001 a 0,8788 en 2009.

Con los datos obtenidos podemos concluir que existe un bajo nivel de divulgación de los intangibles en los estados financieros consolidados de los bancos en Portugal. Sin embargo, si consideramos sólo la divulgación de los que dispone cada entidad, el nivel de aquella (divulgación media de 0,8286) nos permite establecer la conclusión de que los grupos bancarios cumplen con los requisitos de divulgación.

De igual manera, en la primera parte del estudio, además del análisis del nivel de la divulgación de los intangibles, pretendemos evaluar la evolución de la divulgación de los intangibles en el período comprendido entre los años 2001 al 2009 y el impacto que tuvo en la divulgación la aplicación de la normativa contable relativa a los intangibles aprobada en el año 2005.

El análisis estadístico ha permitido confirmar, por una parte, el cambio en los índices y subíndices de divulgación en ese período y, por otra, la mayor incidencia en la divulgación en los años 2005 y 2006, pudiéndose afirmar que se ha producido una evolución positiva en la divulgación durante el período considerado y un impacto positivo en la divulgación de los activos intangibles en el primer año de la aplicación de la normativa internacional NIC 38.

Estos resultados corroboran el postulado recogido en las teorías de los *stakeholders*, de la legitimidad y de la teoría institucional el cual afirma que las instituciones bancarias materializan, generalmente, con la divulgación de sus activos intangibles, su responsabilidad frente a sus grupos de interés, procurando con ello legitimar, ante la sociedad en general, sus mejores prácticas. La aplicación de la norma internacional de activos intangibles es consecuencia de la existencia de isomorfismo coercitivo o coactivo, como resultado del cumplimiento de las exigencias regulatorias.

Por otra parte, en este primera parte del análisis empírico, con el análisis de los factores que determinan la divulgación de la información de intangibles, se ha verificado que los bancos de mayor dimensión son los que más se preocupan por emitir una información más detallada, resultando ser significativamente superior la divulgación de intangibles de los bancos del mayor tamaño. Los bancos de grandes dimensiones son aquellos que tienen un mayor número de miembros en su consejo de administración, siendo esta variable un factor que determina la divulgación de la información sobre intangibles. De esta manera, el resultado conjunto de estas dos variables (tamaño de la organización y tamaño del consejo de administración) confirma lo reconocido por Pfeffer (1972) referido a que el tamaño del consejo de administración está directamente relacionado con el tamaño de la organización porque ambos son resultado de la necesidad de hacer frente a los retos y oportunidades del entorno.

Las variables económicas consideradas en este análisis (rentabilidad y eficiencia operacional) han presentado resultados poco consistentes a lo largo del tiempo y entre las entidades. Los mismos pueden deberse a la inestabilidad del sector bancario en los últimos años en los indicadores económicos y financieros. No siempre los mayores bancos son los más eficientes y más rentables, observándose, además de las variaciones que se han producido a lo largo de los nueve años en estas variables, que entre los bancos existen contextos económicos acentuadamente diferentes. El desequilibrio de los mercados financieros agravó esta fluctuación en los resultados económicos de las instituciones, particularmente en el indicador de rentabilidad, sintiéndose con más intensidad las perturbaciones causadas por la crisis financiera y económica internacional a partir de 2007.

Las teorías de la agencia, de los *stakeholders*, de la legitimidad y la teoría institucional justifican los resultados presentados en las variables independientes consideradas. Se demuestra que las organizaciones con mayor dimensión y con un gran número de miembros en el consejo de

administración, divulgan más información referida a intangibles en sus cuentas anuales consolidadas, consecuencia de la existencia de mayores responsabilidades económicas y sociales, reflejadas éstas en la necesidad de reducir los costes de agencia de mantener su posición y de demostrar su responsabilidad frente a sus *stakeholders*. La teoría institucional mantiene que la mayor divulgación de la información, es resultado de la modificación de normativa contable a partir de enero de 2005.

El segundo análisis realizado estuvo centrado en la extensión de la divulgación, en su incidencia y en los determinantes de la divulgación de la información voluntaria sobre el capital intelectual, tanto en los informes anuales como en las páginas *Web*. Este análisis incluyó, como ya recogimos anteriormente, los treinta y dos bancos que han publicado sus informes anuales individuales de 2010 en portugués y, que a su vez, disponían de página *Web* accesible en 2011.

Iniciamos este estudio con la convicción de que los bancos presentarían un alto nivel de divulgación voluntaria de su capital intelectual, dado que es un sector intensivo en conocimiento y objeto de atención de un gran número de partes interesadas. El análisis que permitirá confirmar esta hipótesis de investigación se llevó a cabo comparando los resultados obtenidos en nuestro estudio acerca del nivel de la divulgación de información voluntaria, con los resultados que Branco *et al.* (2011) y Khan y Ali (2010) obtuvieron en sus análisis correspondientes. Mientras que los indicadores utilizados en las dos investigaciones con las cuales comparamos nuestros resultados sean diferentes, creemos que este análisis permitirá ofrecer una perspectiva general de la extensión de divulgación voluntaria de capital intelectual.

La media de divulgación de información de capital intelectual en los informes anuales del 2010 en nuestro estudio es de 0,4342 y la divulgación en las páginas *Web* es de 0,2907, siendo la divulgación de capital intelectual en los informes anuales en la investigación de Branco *et al*. (2011) de 0,16 y en las páginas *Web* de 0,236. A su vez, el resultado del nivel de divulgación de Khan y Ali (2010) en los informes anuales es 0,2928. La comparación de estas medias de divulgación permitió confirmar estadísticamente la hipótesis de la existencia, en los bancos en Portugal, de un alto nivel de divulgación del capital intelectual en los informes anuales y en páginas *Web*, frente a los resultados de los estudios de los autores mencionados que mostraron valores significativamente más bajos.

Planteamos cuestiones acerca del modo en que se divulga el capital intelectual en este sector. Comenzamos, para ello, analizando qué medio de divulgación (informes anuales o páginas *Web*) recoge con mayor extensión de la divulgación voluntaria realizada por los bancos. La revisión bibliográfica que trata la divulgación de información del capital intelectual tanto en los informes anuales como en las páginas *Web*, nos han permitido verificar que los autores que han investigado el tema de análisis concluyen que la divulgación del capital intelectual es superior en las páginas *Web* en relación con la divulgación realizada en los informes anuales. Estos

resultados nos facultaron para formular la hipótesis de investigación que nos permitiría afirmar que en los bancos de Portugal la divulgación del capital intelectual también sería superior en sus páginas *Web*. Los datos obtenidos nos permitieron refutar la hipótesis formulada al demonstrar que la divulgación voluntaria de capital intelectual, efectuada por los bancos en este país, es superior en los informes anuales en relación con la divulgación realizada en páginas *Web*.

De igual manera buscamos evaluar la importancia que los bancos atribuyen a la exposición que realizan de cada uno de los componentes del capital intelectual (el capital humano, el capital estructural y el capital relacional) considerados como reveladores de la información demandada por un gran número de *stakeholders* existentes en este sector.

Este último análisis determinó la existencia de una divulgación del capital humano en los informes anuales de 0,3036 y en las páginas *Web* de 0,0342. El capital estructural disponía de una media de divulgación de 0,4753 en informes anuales y en las páginas *Web* de 0,2487 y el capital relacional presentaba una divulgación en los informes anuales de 0,5178 y en las páginas *Web* de 0,5952. Los datos presentados muestran que la divulgación del capital humano y del capital estructural realizada por los bancos es superior en los informes anuales frente la divulgación realizada en páginas *Web*, siendo el capital relacional más divulgado en las páginas *Web* que en los informes anuales.

Consideramos necesario realizarse el mismo análisis para determinar las prácticas de divulgación de información relativa a cada uno de los elementos que integran los componentes del capital intelectual. Así, con respecto a los elementos del capital humano, se rechazó la hipótesis de que existe una mayor divulgación realizada en páginas *Web* de que la que se realiza en los informes anuales cuando se trata la información sobre las competencias profesionales (CH1) y la motivación (CH3), revelándose estadísticamente superior la divulgación de estos elementos en los informes anuales. Referido al elemento del índice que incluye información acerca de competencias sociales (CH2), si bien es superior en los informes anuales, no se ha encontrado ningún resultado estadísticamente significativo que permitiera refutar la hipótesis formulada.

Con respecto a los elementos de capital estructural, la hipótesis de que su divulgación sería superior en páginas *Web* en relación con la divulgación realizada en los informes anuales, fue refutada para cada uno de los elementos, lo que significa que todas las informaciones sobre el capital estructural son más divulgadas en los informes anuales que en *internet*. Para los elementos del capital relacional, relativo a la divulgación de información sobre las relaciones establecidas con los clientes (CR1) y las relaciones establecidas con otros *stakeholders*(CR3), fue confirmada, estadísticamente, su mayor divulgación en las páginas *Web*. El elemento que incluye información sobre relaciones con inversores (CR2) revela una mayor divulgación en los

informes anuales, aunque la hipótesis no presenta una significación estadística que nos induzca a concluir sobre esta mayor divulgación.

De igual modo, en nuestro estudio procuramos observar las tendencias de divulgación del capital intelectual a través de la determinación de aquel componente del capital intelectual que fuera más divulgado por los bancos con actividad en Portugal. Motivado por la visibilidad de este sector, la transcendencia que tiene en la economía y en la sociedad y la dependencia que tiene de la demanda de productos innovadores y de servicios de alta calidad, hemos considerado, tal como se ha revelado en estudios anteriores, que el capital relacional seria el más divulgado en cada uno de los medios de información que hemos observado.

El análisis comparativo sobre los componentes del capital intelectual ha revelado que, efectivamente, el capital relacional es el componente más divulgado por los bancos que operan en Portugal, confirmándose estadísticamente la hipótesis de que la divulgación de la información voluntaria del componente capital relacional es superior tanto en los informes anuales como en las páginas *Web* de estas entidades.

El índice de divulgación que hemos construido para el análisis de la divulgación voluntaria del capital intelectual ha tenido por base el modelo *Intellectus*. Este modelo considera la desagregación de los componentes del capital intelectual, en concreto, el capital estructural en capital organizativo y capital tecnológico y el capital relacional en capital negocio y capital social. En este sentido, hemos formulado una hipótesis de investigación que nos permitiera concluir acerca de cual de los componentes de este modelo presenta mayor divulgación.

Dada la importancia que tienen las relaciones establecidas con los clientes y las necesarias alianzas estratégicas para el crecimiento sostenible de estas organizaciones, creemos que es esencial comprobar el énfasis de la divulgación del capital negocio realizada por los bancos en Portugal. Para demonstrar esta proposición hemos formulado la hipótesis de la existencia de una mayor divulgación del capital negocio frente a los otros componentes del capital intelectual, tanto en los informes anuales como en las páginas de *Web* institucionales. Esta hipótesis fue confirmada estadísticamente revelándose la importancia de la divulgación del capital negocio en las entidades bancarias.

Habida cuenta de que opinamos que los informes anuales y las páginas *Web* son los medios más utilizados para hacer pública información susceptible de interesar a los interesados, procuramos, en este estudio, analizar la complementariedad de estas dos fuentes en la divulgación de la información del capital intelectual. Los resultados obtenidos de la formulación de la hipótesis, basada en otras investigaciones, de que las entidades bancarias con actividad en Portugal presentan de forma complementaria la divulgación de información voluntaria de capital intelectual en los informes anuales y en páginas *Web*, nos han permitido confirmar que las

mencionadas entidades utilizan ambas fuentes de información en la divulgación de capital intelectual y en sus categorías de capital estructural y capital relacional.

En la divulgación de información voluntaria sobre el capital humano no se ha verificado tal complementariedad porque en este componente los informes anuales divulgan considerablemente más información de que la que es presentada en las páginas *Web*. La escasa información del capital humano presentada en las páginas *Web* puede justificarse, en nuestra opinión, por tres motivos, a saber: por la vulnerabilidad y la facilidad de manipulación asociada a este medio de divulgación, por la reducida relevancia que este tipo de información tiene para los usuarios de las páginas *Web* (principalmente los clientes) y la, todavía escasa, importancia atribuida a los recursos humanos como fuente de valor de las instituciones.

Una vez examinadas la extensión y la incidencia de divulgación voluntaria de capital intelectual efectuada en los informes anuales y en las páginas *Web* de los bancos, investigamos los factores que podrían determinar esa divulgación. Consideramos cinco variables independientes que podrían influir en tal divulgación: la dimensión bancaria, la medida de gobierno corporativo, la rentabilidad, la eficiencia operacional y la solvencia bancaria. Estas variables explicativas fueron analizadas tanto en el estudio de la divulgación del capital intelectual efectuado en los informes anuales, como en el realizado acerca de la divulgación del capital intelectual en las páginas *Web*. También, para cada uno de los componentes de capital intelectual se determinó la influencia de estas variables. Así, la variable independiente "dimensión bancaria" se mostró como determinante en la divulgación y que se demostró que aquellos bancos con mayor dimensión son los que divulgan más información sobre el capital intelectual, así como de todos sus componentes tanto en los informes anuales y como en las páginas *Web*.

A la luz de las teorías de la agencia, de los *stakeholders* y de la legitimidad, concluimos que los bancos de mayor dimensión serán los que tengan mejores recursos para el procesamiento de la información siendo, también estos, los que tienen una mayor necesidad de combatir la asimetría en la información dada la existencia de la mayor separación entre la propiedad y su control. Son, de igual manera, estos bancos los que tanto están sujetos a una mayor demanda de información como los que tienen necesidad de legitimar su posición influyente en el mercado.

También la variable "medida de gobierno corporativo" tiene una influencia significativa en la divulgación del capital intelectual. La teoría de la agencia confirma la importancia de esta variable en la divulgación de información del capital intelectual dada la propensión existente a una mayor transparencia por parte de aquellos bancos que disponen de medidas de gobierno corporativo más enfatizadas, siendo éstas las principales formas de supervisión. La existencia de procedimientos sobre el gobierno corporativo para las entidades cotizadas, que establezcan los requisitos informativos que garanticen la transparencia de los mercados, parece revelarse decisiva en la divulgación voluntaria de capital intelectual.

La variable “rentabilidad” se ha presentado con una asociación negativa con todos los índices de divulgación, si bien del análisis de la tabla de correlaciones si puede verificar que ninguna de las correlaciones se presenta estadísticamente significativa.

Con el modelo multivariante se pudo demostrar estadísticamente la influencia negativa de la rentabilidad en los mayores niveles de divulgación del capital humano en los informes anuales. Esto revela que serán los bancos menos rentables los que presenten una mayor divulgación del componente del capital intelectual que es, en relación con los otros, el menos divulgado, es decir, el capital humano. Este resultado puede ser revelador de la necesidad que existe de justificar esta menor rentabilidad a través de una mayor transparencia en la divulgación de información voluntaria.

Con respecto a las variables “eficiencia operativa” y “solvencia bancaria”, las mismas no se presentaron como factores determinantes de la divulgación de información sobre el capital intelectual. Cabe señalar que la asociación negativa de la variable “eficiencia operativa” con los índices de divulgación revela que són los bancos más eficientes los que divulguen más información del capital intelectual. No obstante, esta verificación no se ha revelado estadísticamente significativa ni en el análisis univariado ni en el análisis multivariante.

Aunque un análisis individualizado de la “medida de solvencia” ha mostrado la existencia de una asociación negativa y estadísticamente significativa con la divulgación del capital intelectual, el análisis multivariante, por el contrario, no ha presentado a solvencia del banco como un factor determinante ni en la divulgación del capital intelectual ni en ninguno de sus componentes. La confirmación de la existencia de una asociación inversa entre la solvencia y el tamaño del banco, muestra que las entidades bancárias de mayor dimensión son aquellas que presentan menor indicador de estabilidad financiera, siendo así estas las más frágiles en su adecuación a los niveles de solvencia requeridos para las entidades del sector financiero.

De manera general concluimos que, con independencia de las particularidades que caraterizan el sector bancário, la divulgación voluntaria de capital intelectual de los bancos en Portugal sigue las tendencias de otros sectores y las prácticas adoptadas en otros países, principalmente respecto a la extensión de la información divulgada, a la incidencia en la divulgación sobre indicadores del capital relacional y a la importancia de variables “tamaño” (tanto tamaño de la organización como tamaño del consejo de administración) como factor determinante de la divulgación del capital intelectual.

El análisis empírico realizado contribuyó a confirmar la restricción existente en la divulgación de información prevista en las normas de contabilidad en relación a los requerimientos de información que son cada vez más solicitados, presentándose asi mismo escasa la información revelada de acuerdo a la normativa contable de los activos intangibles, en el ámbito de las

decisiones de gestión. Ha permitido de ifual modo verificar la existencia de una gran homogeneidad en la divulgación de información sobre los intangibles, existiendo, por el contrario, en el ámbito de la divulgación voluntaria de capital intelectual grandes disparidades en la extensión de la divulgación entre entidades, siendo, en todos los bancos, la incidencia más pronunciada en la extensión del capital relacional y más específicamente en el componente del capital negocio. Así mismo concluimos que las páginas *Web* son la fuente primordial para la divulgación de capital relacional, no divulgando este medio, prácticamente ninguna información acerca del capital humano.

Los bancos de mayor dimensión son los que mayor cantidad de información voluntaria divulgan. Ello porque los grandes bancos son los que tienen acciones en el mercado de valores y porque sobre los mismos existe una mayor exigencia de divulgación de información, en particular, la referida al cumplimiento de requisitos relativos a la presentación de informes e informaciones más detalladas.

Sorprendentemente, ninguna caraterística económica del sector bancario determina la extensión de la divulgación de la información de los activos intangibles, tanto si está basada en las normas de contabilidad como en la divulgación voluntaria de capital intelectual.

Por último, destacar que con esta investigación pretendemos promover una mayor conciencia, por parte de la autoridad reguladora del sector bancario, de la necesidad de que exista un reglamento sobre la divulgación del capital intelectual exigente, consistente, transparente y comparable, a través de la normalización de un Informe de Capital Intelectual, que disponga de indicadores sencillos, claros y objetivos para que los interesados en las organizaciones de este sector obtengan informaciones armonizadas y comparables. Esta armonización aclararía también, según Mention (2011), las dudas sobre la relación coste/beneficio de la información y la pertinencia de la divulgación de información.

La construcción de un índice específico para el sector bancario con la consideración de indicadores apropiados para un análisis exhaustivo y amplio, al considerar los indicadores más relevantes de los componentes de capital intelectual, otorga a esta investigación las características de innovación y contribución al conocimiento, requeridas en cualquier trabajo científico.

La investigación sobre la calidad de la divulgación del capital intelectual, así como la aplicación de otras metodologías de análisis aplicado a este sector, puede constituir un camino prometedor para futuras líneas de investigación. Al igual, la aplicación del índice de divulgación voluntaria en el mismo sector en otros países puede contribuir al conocimiento de las prácticas de divulgación aplicadas a diferentes entornos geográficos.

ABSTRACT

The importance of intangible resources has increased dramatically in recent years comparing to tangible ones. The economy in which we live is the result of competitive pressures that have imposed the implementation of business at an international level as well as a requirement in the application of sophisticated technologies that allow us to follow this fast evolution. In this age of information and innovation organizations will only survive if they are inserted in a global network of strategic relations, generically called as the network economy by Lev (2003).

The service sector has stood out against the more traditional sectors of the economy. The intensive use of knowledge and a strong customer orientation created a new reality in today's organizations: a growing importance attached to innovation, to the quality of products and services offered, to the information and communication technologies adopted, and to the creativity and particular abilities of human resources.

The concept of intangible assets is more common in an accounting language and intellectual capital is most often applied in the context of management, being associated with a more comprehensive, multidimensional approach, representing all the knowledge that the institution owns and that it applies in the form of expertise, the creativity and organizational competencies that lead to innovation and to the sustained attainment of future economic benefits. An analysis of the scope of intellectual capital is fundamental to take more appropriate management decisions so that a more appropriate accounting treatment could be given by the accounting standardization organizations.

This study intends to analyse the practices of information disclosure of the intellectual capital in the banking sector in Portugal, complementing the analysis of the disclosure of intangible assets in the context of accounting standards with the disclosure of intellectual capital in the context of organizational management. In particular, our main aims are to identify the extent of disclosure of intellectual capital made by banks in Portugal and also to identify the factors that determine such a disclosure.

The disclosure in the context of accounting standards will be studied by checking the disclosure of intangible assets through the items listed in the International Accounting Standard 38 developed by the International Accounting Standards Board. The context of management was analysed by means of creating a voluntary disclosure index based on assumptions of the model Intellectus, developed by the Centro de Investigación sobre la Sociedad del Conocimiento – Instituto de Administración de Empresas (CIC-IADE) of the Universidad Autónoma of Madrid, and of the model Intellectual Capital Statement (made in Europe) (InCaS), both promoted by the European Commission and that we have adapted to the banking sector.

When analysing the disclosure of intangible assets based on the context of accounting standards and the voluntary disclosure of intellectual capital, this study has tried to raise awareness about the importance of issuing reports on the intellectual capital as an alternative tool to take management decisions in the existing organizations and reflects the transparency and legitimacy that these institutions seek through a more extensive and more detailed information disclosure of their intellectual capital. Based on a complimentarily of economic theories, together with social and political theories, we tried to check the extent, evolution and tendencies of the compulsory disclosure of intangible assets and of the voluntary disclosure of the intellectual capital analysed in the period 2001-2011. Banks characteristics were also analysed in order to deduce those factors that determine or promote a larger disclosure in this sector.

Based on these objectives, we adopted a longitudinal approach to explore the extent and the development of the disclosure of intangible assets as well as the factors that have determined it. Furthermore, we sought to assess the impact of the adoption of IAS 38 in the financial statements of the organizations in this sector. The disclosure index created on the basis of the disclosure requirements stated in IAS 38 from IASB was applied to the consolidated financial statements of the seventeen banks that rendered their statements in Portugal from 2001 to 2009.

Since the information disclosed in the context of accounting standards may not have an important role as a management tool once it was not able to reflect what really contributes to the competitiveness and organizational growth, the voluntary disclosure of the intellectual capital was analysed according to the information obtained from the 2010 annual individual reports of the banks operating in Portugal in that year and from their respective websites in 2011. We tried to analyse the extent of the voluntary disclosure of the intellectual capital and of each of its components, human capital, structural capital and relational capital. The comparative analysis of their annual reports and their web pages allowed us to assess the incidence of the disclosure and discover what channel the banking sector focuses on when disclosing their intellectual capital. Also in this analysis the study of the disclosure determinants has allowed us to conclude about the influence of particular characteristics in the voluntary disclosure of the intellectual capital.

The results of the analysis to the extent of the disclosure of intangible assets in the consolidated financial statements of the banking groups in Portugal in the period 2001-2009 have shown an average information disclosure of 0.24. This information disclosure evolved from an average value of 0.1940 in 2001 to 0.2778 in 2009. The average value is 0.8286 if it is only considered the disclosure of the intangible assets that the banks possessed. The evolution of this index means an increase in the average disclosure from 0.7852 in 2001 to 0.8788 in 2009. From the first results that are related to the extent of the disclosure of intangible assets in the financial statements, we can verify that the banking groups present a low disclosure level of these resources. However, when considering the disclosure of only the intangible assets that each

institution owns, the disclosure level appears to be in compliance with the disclosure requirements for this sector.

An evolution in the disclosure of intangible assets for the period considered was confirmed, showing an increase in the information disclosure of intangible assets in 2005, the year in which the accounting rules for intangible assets changed.

The analysis that focused on the disclosure in the context of management tried to understand the extent, the incidence and the determinants of the voluntary information disclosure of intellectual capital in the annual reports of 2010 and on their web pages in 2011, studying the 32 banks operating in Portugal in this period. The average voluntary disclosure of the intellectual capital in the 2010 annual reports is 0.4342 while that in web pages is 0.2907. A review of the components of the intellectual capital allowed us to assess the importance that the banks confer to each of these components. The data obtained show that the relational capital, and more specifically the business capital, is the most disclosed component by banks in Portugal both in the annual reports and in their institutional web pages, followed by the structural capital and, finally, by the human capital. The disclosure of the human capital and the structural capital is higher in the annual reports than that in the websites, while the relational capital is more disclosed in the websites than in the annual reports. The results have also shown that the banks make a complementary use of both sources when disclosing information about their structural capital and relational capital but they do not show any information about their human capital in their websites.

We tried to prove the influence of factors that could determine the accounting disclosure and the voluntary disclosure of the intellectual capital in this sector. The change in the IASB accounting rules as from January 1st 2005 gave a greater disclosure of accounting information of intangible assets in the financial statements of banks. The bank size and corporate governance measures have statistically proved to have an influence on the extent of the accounting disclosure of intangible assets and on the voluntary disclosure of the intellectual capital. Economic and financial variables such as profitability, operating efficiency or solvency were not determinants of information disclosure. The instability that the banking sector has experienced in economic and financial indicators in recent years as a result of the global financial markets imbalance has worsen indicators such as profitability, efficiency and solvency and caused major discrepancies in the economic situation between banks in Portugal.

This empirical analysis has contributed to confront the disclosure required by accounting rules performed in the financial statements of organizations with that performed in the main disclosure media which is available for entities and which is increasingly requested in the process of taking management decisions. It also allowed us to verify whether there is homogeneity between institutions in the fulfilment of the requirements for information

disclosure of intangible assets. However, as for voluntary disclosure of intellectual capital, there are large disparities in the disclosure extent between organizations. Regardless of this sector specific characteristics, the voluntary disclosure of intellectual capital made by banks in Portugal follows the trends in other sectors and the practices adopted in other countries, namely regarding the amount of information disclosed, the incidence of the disclosure on the indicators of relational capital and the importance of variables such as size as determinants of disclosure of intellectual capital.

For a further knowledge in this field, we created a specific index for the banking sector, considering appropriate indicators for an incisive, comprehensive analysis in order to consider the most relevant indicators of intellectual capital components. Besides, confronting the analysis of disclosure in the context of accounting standards with the study of voluntary disclosure brought a new analysis approach to the research on intellectual capital disclosure. With this study, we have also intended to raise greater awareness of the need for harmonization in the intellectual capital disclosure on the part of the regulatory banking authority by means of a demanding, consistent and transparent report of intellectual capital with simple, clear, objective indicators so that those interested in disclosing intellectual capital information in the organizations in this sector may obtain more harmonized and comparable information.

A research on the disclosure quality of intellectual capital, together with the application of other analysis methodologies in this sector, might be a promising approach for future research. Applying the voluntary disclosure index to the same sector in other countries may also contribute to the knowledge of disclosure practices in different geographical environments.

We highlight the relevance of further studies contributing to the harmonization and consistency in the presentation of an intellectual capital report so as to enable organizations to disclose the resources that contribute most to their competitiveness and growth.

ÍNDICE GERAL

AGRADECIMENTOS i

RESUMEN iii

ABSTRACT xix

ÍNDICE DE FIGURAS xxvi

ÍNDICE DE QUADROS xxvi

ÍNDICE DE TABELAS xxvii

ABREVIATURAS xxxiii

INTRODUÇÃO 1

CAPÍTULO I – ENQUADRAMENTO TEÓRICO 9

1 – O capital intelectual 11

2 – Principais teorias subjacentes aos trabalhos desenvolvidos sobre a divulgação do capital intelectual 24

3 – Abordagem metodológica, unidade de análise, unidade de medida e natureza da divulgação do capital intelectual 35

4 – Fonte dos dados e foco de dados nos estudos empíricos de divulgação do capital intelectual 42

4.1 – Estudos de divulgação com análise de conteúdo a relatórios anuais 44

4.2 – Estudos de divulgação com análise de conteúdo a prospetos, a relatórios de e para analistas e a outros relatórios 48

4.3 – Estudos de divulgação com análise de conteúdo a páginas *Web* 49

4.4 – Estudos de divulgação com combinação de fontes de dados 50

5 – Enquadramento setorial e normativo 53

CAPÍTULO II – DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÃO SOBRE OS ATIVOS INTANGÍVEIS NAS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS DOS GRUPOS BANCÁRIOS EM PORTUGAL 69

1 - Enquadramento do estudo 71

1.1 – Questões de investigação e objetivos do estudo 71

1.2 – Descrição da população e recolha de dados 73

1.3 - Variáveis 75

1.3.1 – Variáveis dependentes 75

1.3.1.1 - Índices de divulgação 76

1.3.1.2 - Subíndices de divulgação 78

1.3.2 - Variáveis independentes 81

1.4 - Hipóteses de investigação 93

1.5 - Tratamento dos dados e procedimentos estatísticos 94

2 – Extensão e evolução da divulgação de informação sobre os ativos intangíveis no período 2001-2009 98

3 – Determinantes da divulgação de informação sobre os ativos intangíveis 117

3.1 – Estudo dos determinantes da divulgação através da análise univariada 117

3.2 – Estudo dos determinantes da divulgação através do modelo de estimação 141

CAPÍTULO III - DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÃO SOBRE O CAPITAL INTELECTUAL NOS RELATÓRIOS ANUAIS E NAS PÁGINAS *WEB* DOS BANCOS EM PORTUGAL 157

1 – Enquadramento do estudo 160

1.1 – Questões de investigação e objetivos do estudo 160

1.2 – Descrição da população e recolha de dados 161

1.2.1 – Descrição da população 161

1.2.2 – Recolha de dados nos relatórios anuais individuais 163

1.2.3 – Recolha de dados nas páginas *Web* 165

1.3 – Modelo do estudo 166

1.4 – Construção dos indicadores de divulgação 173

1.5 – Variáveis 179

1.5.1 – Variáveis dependentes 180

1.5.2 - Variáveis independentes 180

1.6 – Hipóteses de investigação 185

1.7 – Tratamento dos dados e procedimentos estatísticos 187

2 – Extensão e incidência da divulgação de informação sobre o capital intelectual nos relatórios anuais e nas páginas *Web* 189

3 – Determinantes da divulgação de informação sobre o capital intelectual nos relatórios anuais e nas páginas *Web* 227

3.1 – Estudo dos determinantes através da análise univariada 228

3.2 - Estudo dos determinantes através do modelo de regressão linear múltipla 244

3.2.1 – Determinantes da divulgação do capital intelectual 245

3.2.2 – Determinantes da divulgação do capital humano 247

3.2.3 – Determinantes da divulgação do capital estrutural 249

3.2.4 – Determinantes da divulgação do capital relacional 250

CONCLUSÕES, LIMITAÇÕES E SUGESTÕES DE INVESTIGAÇÃO 261

CONCLUSIONES, LIMITACIONES Y SUGERENCIAS PARA INVESTIGACIÓN 277

APÊNDICES 295

Apêndice I – Abordagem metodológica, unidade de análise, unidade de medida, natureza da divulgação e teorias aplicadas nos estudos de divulgação de capital intelectual 297

Apêndice II - Determinantes da divulgação do capital intelectual 305

Apêndice III – Revisão de estudos relevantes na divulgação do capital intelectual 311

Apêndice IV – Divulgação dos ativos intangíveis – Índice de divulgação 342
Apêndice V – Divulgação dos ativos intangíveis – Matrizes de correlações 343
Apêndice VI - Divulgação dos ativos intangíveis – Análise da multicolinearidade 345
Apêndice VII – Divulgação do capital intelectual - Modelo do estudo 346
Apêndice VIII – Divulgação do capital intelectual - Índice de divulgação 348
Apêndice IX – Divulgação do capital intelectual – Estudo da normalidade dos dados 349
Apêndice X – Divulgação do capital intelectual – Hipóteses de investigação 351
Apêndice XI – Divulgação do capital intelectual - Matrizes de correlações 353
Apêndice XII – Divulgação do capital intelectual – Estudo da multicolinearidade 354
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS 355

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 0.1 - Esquema do estudo empírico 6

Figura 1.1 - Campo de investigação em capital intelectual 43

Figura 3.1 - Modelo *Intellectus* 169

Figura 3.2 - Estrutura do Modelo *Intellectus* 170

Figura 3.3 - Estrutura do modelo *InCaS (made in Europe*) 171

ÍNDICE DE QUADROS

Quadro 1.1 – Principais diferenças nos normativos contabilísticos antes de 2005 e a partir de 2005 67

Quadro 2.1 – População em estudo 75

Quadro 2.2 - Variável dependente DIV_T 76

Quadro 2.3 - Índice de divulgação DIV_A 78

Quadro 2.4 - Subíndices de divulgação de *itens* totais (DIV_{T1}, DIV_{T2} e DIV_{T3}) 79

Quadro 2.5 - Subíndice de divulgação dos *itens* aplicáveis em intangíveis gerados internamente (DIV_{A1}) 80

Quadro 2.6 - Subíndice de divulgação dos *itens* aplicáveis em intangíveis adquiridos (DIV_{A2}) 80

Quadro 2.7 - Subíndice de divulgação dos *itens* aplicáveis em outras informações de intangíveis (DIV_{A3}) 81

Quadro 2.8 - Variáveis independentes 82

Quadro 2.9 - Hipóteses de investigação da evolução da divulgação de informação de intangíveis . 93

Quadro 2.10 - Hipóteses de investigação dos determinantes de divulgação de informação de intangíveis 94

Quadro 2.11 - Modelo de estimação com dados em painel de efeitos aleatórios 141

Quadro 2.12 - Modelo de estimação com dados em painel para o índice DIV_T 142

Quadro 2.13 - Modelo de estimação com dados em painel para o índice DIV_A 142

Quadro 2.14 - Modelo de estimação com dados em painel para os subíndices DIV_{T1}; DIV_{T2} e DIV_{T3} 143

Quadro 2.15 - Modelo de estimação com dados em painel para os subíndices DIV_{A1}; DIV_{A2} e DIV_{A3} 143

Quadro 3.1 - População em estudo 162

Quadro 3.2 - Período de análise às páginas *Web* dos bancos 166

Quadro 3.3 – Elementos, variáveis e indicadores do capital humano 175

Quadro 3.4 – Elementos, variáveis e indicadores do capital estrutural 177

Quadro 3.5 – Elementos, variáveis e indicadores do capital relacional 179

Quadro 3.6 – Índices de divulgação do capital intelectual, do capital humano, do capital estrutural e do capital relacional 180

Quadro 3.7 – Variáveis independentes 181

Quadro 3.8 - Hipóteses de investigação para a divulgação de informação voluntária do capital intelectual 186

Quadro 3.9 - Hipóteses de investigação dos determinantes da divulgação de informação voluntária do capital intelectual 187

Quadro 3.10 – Modelo a aplicar 245

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 2.1 - *Itens* do subíndice de divulgação de intangíveis gerados internamente 99

Tabela 2.2 - *Itens* do subíndice de divulgação de intangíveis adquiridos 101

Tabela 2.3 - *Itens* do subíndice de outras informações de intangíveis 102

Tabela 2.4 - Estatísticas descritivas dos índices e subíndices de divulgação 102

Tabela 2.5 - Estatísticas descritivas da divulgação antes de 2005 e a partir de 2005 105

Tabela 2.6 - Estatísticas descritivas e teste de *Friedman* do índice DIV_T 108

Tabela 2.7 - Teste de *Friedman* para o índice de divulgação DIV_{T1} 109

Tabela 2.8 - Teste de *Friedman* para o subíndice DIV_{T2} 109

Tabela 2.9 - Teste de *Friedman* para o subíndice DIV_{T3} 110

Tabela 2.10 – Estatísticas descritivas e teste de *Friedman* índice DIV_A 111

Tabela 2.11 - Estatísticas descritivas e teste de *Friedman* para o subíndice DIV_{A1} 111

Tabela 2.12 – Estatísticas descritivas e teste de *Friedman* para o subíndice DIV_{A2} 112

Tabela 2.13 – Estatísticas descritivas e teste de *Friedman* para o subíndice DIV_{A3} 113

Tabela 2.14 – Tabela de confirmação estatística da hipótese H1 114

Tabela 2.15 - Teste *Wilcoxon* para o período 2001 a 2009 116

Tabela 2.16 - Estatística descritiva das variáveis do atributo dimensão 120

Tabela 2.17 - Coeficientes de correlação de *Spearman* das variáveis dimensão 121

Tabela 2.18 - Estatística da AF para a variável dimensão..... 121

Tabela 2.19 - Coeficiente de correlação de *Spearman* para a variável dimensão 122

Tabela 2.20 - Estatísticas descritivas das variáveis do atributo rendibilidade 123

Tabela 2.21 – Coeficientes de correlação de *Spearman* das variáveis do atributo rendibilidade.... 124

Tabela 2.22 - Estatística de AF da variável rendibilidade..... 125

Tabela 2.23 – Coeficiente de correlação de *Spearman* para a variável rendibilidade..... 125

Tabela 2.24 - Teste *K-W* para alteração da rendibilidade..... 126

Tabela 2.25 - Estatísticas descritivas das variáveis de atributo eficiência operativa 126

Tabela 2.26 – Coeficientes de correlação de *Spearman* das variáveis eficiência 127

Tabela 2.27 - Estatística de AF da variável eficiência operativa 128

Tabela 2.28 – Coeficiente de correlação de *Spearman* com a variável eficiência operativa 128

Tabela 2.29 - Teste *K-W* para alteração da eficiência 128

Tabela 2.30 - Estatísticas descritivas e teste *M-W* para variável diversidade 130

Tabela 2.31 - Teste *K-W* para alteração da diversidade de intangíveis..... 130

Tabela 2.32 – Coeficiente de correlação *Spearman* da variável diversidade..... 130

Tabela 2.33 - Estatísticas descritivas da variável intensidade..... 132

Tabela 2.34 – Coeficiente de correlações de *Spearman* da variável intensidade..... 133

Tabela 2.35 - Coeficiente de correlação de *Spearman* da variável dimensão do conselho de administração 134

Tabela 2.36 - Teste *M-W* para a variável controlo de propriedade 135

Tabela 2.37 – Coeficiente de correlação de *Spearman* para a variável estrutura de propriedade... 136

Tabela 2.38 - Teste *M-W* para a variável SIBA 137

Tabela 2.39 – Coeficiente de correlação de *Spearman* da variável SIBA 137

Tabela 2.40 - Teste *M-W* para a variável alteração dos normativos contabilísticos..... 138

Tabela 2.41 – Coeficiente de correlação de *Spearman* da variável alteração dos normativos contabilísticos..... 138

Tabela 2.42 – Resultados de correlação das variáveis independentes com os índices de divulgação 139

Tabela 2.43 - Resultados do modelo de regressão em painel para DIV_T; DIV_{T1}; DIV_{T2} e DIV_{T3} .. 144

Tabela 2.44 - Resultados do modelo de estimação em painel DIV_A; DIV_{A1} e DIV_{A2} 146

Tabela 2.45 – Resumo dos resultados da estimação com dados em painel 147

Tabela 2.46 – Confirmação das hipóteses 153

Tabela 3.1 - Divulgação do capital intelectual nos relatórios anuais 190

Tabela 3.2 – Divulgação do capital intelectual nas páginas *Web* 190

Tabela 3.3 - Comparação da média de divulgação do capital intelectual com o estudo de Branco *et al.* (2011) 191

Tabela 3.4 - Comparação da média de divulgação do capital intelectual com o estudo Khan e Ali (2010) 192

Tabela 3.5 - Comparação da média de divulgação do capital intelectual nos relatórios e páginas *Web* 193

Tabela 3.6 - Divulgação dos componentes do capital intelectual nos relatórios anuais 194

Tabela 3.7 – Divulgação dos componentes do capital intelectual nas páginas *Web* 195

Tabela 3.8 - Comparação da média de divulgação do capital humano nos relatórios anuais e nas páginas *Web* 196

Tabela 3.9 - Comparação da média de divulgação do capital estrutural nos relatórios anuais e nas páginas *Web* 196

Tabela 3.10 - Comparação da diferença de médias de divulgação do capital organizativo nos relatórios anuais e nas páginas *Web* 197

Tabela 3.11 - Comparação da diferença de médias de divulgação do capital tecnológico nos relatórios anuais e nas páginas *Web* 197

Tabela 3.12 - Comparação da média de divulgação do capital relacional nos relatórios anuais e nas páginas *Web* 197

Tabela 3.13 - Comparação da diferença de médias de divulgação do capital negócio nos relatórios anuais e nas páginas *Web* 198

Tabela 3.14 – Comparação da diferença de médias de divulgação do capital sociedade nos relatórios anuais e nas páginas *Web* 198

Tabela 3.15 – Resultados da hipótese $H2_{a)}$ 199

Tabela 3.16 – Elementos do capital humano nos relatórios anuais 200

Tabela 3.17 – Elementos do capital humano nas páginas *Web* 200

Tabela 3.18 - Variáveis do capital humano nos relatórios anuais 201

Tabela 3.19 - Variáveis do capital humano nas páginas *Web* 203

Tabela 3.20 - Elementos do capital estrutural nos relatórios anuais 204

Tabela 3.21 – Elementos do capital estrutural nas páginas *Web* 204

Tabela 3.22 - Variáveis do capital estrutural nos relatórios anuais 205

Tabela 3.23 - Variáveis do capital estrutural nas páginas *Web* 206

Tabela 3.24 - Elementos do capital relacional nos relatórios anuais 207

Tabela 3.25 - Elementos de capital relacional nas páginas *Web* 207

Tabela 3.26 - Variáveis do capital relacional nos relatórios anuais 208

Tabela 3.27 - Variáveis do capital relacional nas páginas *Web* 209

Tabela 3.28 - Comparação da divulgação dos elementos do capital humano nos relatórios anuais e nas páginas *Web* 211

Tabela 3.29 – Comparação da divulgação dos elementos do capital estrutural nos relatórios anuais e nas páginas *Web* 211

Tabela 3.30 – Comparação da divulgação dos elementos do capital relacional nos relatórios anuais e nas páginas *Web* 212

Tabela 3.31 – Resultados da hipótese $H2_{b)}$ 212

Tabela 3.32 - Comparação da diferença de médias de divulgação nos componentes do capital intelectual nos relatórios anuais 214

Tabela 3.33 - Comparação da diferença de médias de divulgação nos componentes do capital intelectual nas páginas *Web* 215

Tabela 3.34 - Resultados da hipótese H3 216

Tabela 3.35 - Divulgação nos relatórios anuais dos componentes do capital intelectual segundo o modelo *Intellectus* 217

Tabela 3.36 – Divulgação nas páginas *Web* dos componentes do capital intelectual segundo modelo *Intellectus* 218

Tabela 3.37 - Comparação das diferenças de médias de divulgação nos componentes do capital intelectual nos relatórios anuais, segundo o modelo *Intellectus* 220

Tabela 3.38 - Comparação das diferenças de médias de divulgação nos componentes do capital intelectual nas páginas *Web*, segundo o modelo *Intellectus* 221

Tabela 3.39 - Resultados da hipótese $H3_{a)}$ 222

Tabela 3.40 – Divulgação do capital intelectual e componentes nos relatórios anuais e nas páginas *Web* 224

Tabela 3.41 - Coeficientes de correlação para a associação de divulgação do capital intelectual (e componentes) nos relatórios anuais 224

Tabela 3.42 - Coeficientes de correlação para associação de divulgação dos componentes do capital intelectual nos relatórios anuais, segundo o modelo *Intellectus* 225

Tabela 3.43 - Resultados da hipótese H4 226

Tabela 3.44 - Coeficiente de correlação para variáveis de dimensão e a divulgação nos relatórios anuais 229

Tabela 3.45 - Coeficiente de correlação para variáveis de dimensão e a divulgação nas páginas *Web* 230

Tabela 3.46 – Técnica estatística de AF para a variável dimensão 231

Tabela 3.47 – Coeficiente de correlação para associação da variável dimensão com a divulgação do capital intelectual e dos seus componentes 232

Tabela 3.48 – Coeficiente de correlação das variáveis de governo da sociedade e a divulgação nos relatórios anuais 233

Tabela 3.49 - Coeficiente de correlação das variáveis do fator governo da sociedade e a divulgação nas páginas *Web* 234

Tabela 3.50 – Técnica estatística de AF para a variável governo da sociedade 234

Tabela 3.51 – Coeficiente de correlação para associação da variável governo da sociedade e a divulgação do capital intelectual e dos seus componentes 235

Tabela 3.52 – Coeficiente de correlação para associação das variáveis de rendibilidade nos relatórios anuais e nas páginas *Web* 237

Tabela 3.53 – Técnica estatística de AF da variável rendibilidade 238

Tabela 3.54 – Coeficiente de correlação para associação da variável rendibilidade e a divulgação do capital intelectual e dos seus componentes 238

Tabela 3.55 - Coeficiente de correlação para a associação entre as variáveis de eficiência operativa e a divulgação nos relatórios anuais e nas páginas *Web* 239

Tabela 3.56 - Coeficiente de correlação para a associação entre as variáveis de eficiência operativa e a divulgação nas páginas *Web* 240

Tabela 3.57 – Técnica estatística de AF para a variável eficiência operativa 240

Tabela 3.58 – Coeficiente de correlação para a associação entre a variável eficiência operativa e a divulgação do capital intelectual e dos seus componentes 241

Tabela 3.59 – Coeficiente de correlação para a associação entre a variável solvabilidade e a divulgação do capital intelectual e dos seus componentes 243

Tabela 3.60 – Resultados do MRLM para a divulgação do capital intelectual 246

Tabela 3.61 - Resultados do MRLM para a divulgação do capital humano 247

Tabela 3.62 - Resultados do MRLM para a divulgação do capital estrutural 249

Tabela 3.63 - Resultados do MRLM para a divulgação do capital relacional 250

Tabela 3.64 – Resumo dos resultados do MRLM 252

Tabela 3.65 – Confirmação das hipóteses 256

Tabela A.1 - Matriz de correlações (Spearman) das variáveis independentes originais 343

Tabela A.2 – Matriz de correlações (*Spearman*) das variáveis independentes finais 344

Tabela A.3 - Análise da multicolinearidade 345

Tabela A.4 - Normalidade das variáveis dependentes 349

Tabela A.5 - Normalidade das variáveis dimensão 349

Tabela A.6 - Normalidade das variáveis governo da sociedade, rendibilidade e eficiência operativa 350

Tabela A.7 - Matriz de correlações (*Pearson* e *Spearman*) das variáveis independentes originais 353

Tabela A.8 - Matriz de correlações (*Pearson* e *Spearman*) das variáveis independentes finais 353

Tabela A.9 – Resultados da estatística de mulcolinearidade 354

ABREVIATURAS

AF – Análise Fatorial

BCBS – *Basel Comittee on Banking Supervision*

BCE – Banco Central Europeu

BdP – Banco de Portugal

CAC – Contas Anuais em Base Consolidada

CAI – Contas Anuais em Base Individual

CAMEL - *Capital Adequacy, Asset Quality, Management, Earnings, Liquidity*

CE – Capital Estrutural

CEO – *Chief Executive Officer*

CH – Capital Humano

CI – Capital Intelectual

CIC-IADE - Centro de Investigación sobre la Sociedad del Conocimiento- Instituto de Administración De Empresas da Universidad Autónoma de Madrid

CMVM - Comissão de Mercado de Valores Mobiliários

CN – Capital Negócio

CNC – Comissão de Normalização Contabilística

CO – Capital Organizativo

CR – Capital Relacional

CS – Capital Social (Capital Sociedade)

CSC – Código das Sociedades Comerciais

CT – Capital Tecnológico

CVM – Código dos Valores Mobiliários

DF – Demonstrações Financeiras

DFC – Demonstrações Financeiras Consolidadas

DP – Desvio Padrão

EBITDA - *Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization*

FMI – Fundo Monetário Internacional

GRI – *Global Reporting Initiative*

HC – *Human capital*

I&D – Investigação e Desenvolvimento

IAS – *International Accounting Standard*

IASB - *International Accounting Standard Board*

ICS – *Intellectual Capital Statement*

IFRIC - *International Financial Reporting Interpretations Committee*

IFRS - *International Financial Reporting Standards*

InCaS – *Intellectual Capital Statement (made in Europe)*

IPO – *Initial Public Offering*

KMO - *Kaiser-Meyer-Olkin*

KPI - *Key Performance Indicator*

K-S – *Kolmogorov-Smirnov*

K-W – *Kruskal-Wallis*

MERITUM – *MEasuRing InTangibles to Understand and improve innovation Management*

MRLM – Modelo de Regressão Linear Múltipla

M-W - *Mann-Whitney*

NCA – Normas de Contabilidade Ajustadas

NIC – Norma Internacional de Contabilidade

NIRF - Normas Internacionais de Relato Financeiro

OCDE – Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Económico

OLS - *Ordinary Least Squares*

PCSB – Plano de Contas para o Sistema Bancário

PME – Pequena e Média Empresa

RBV – *Resources Based View*

RC – *Relational Capital*

RGICSF - Regime Geral das Instituições de Crédito e Sociedades Financeiras

ROA – *Return On Assets*

ROE – *Return On Equity*

RPB - Rendibilidade do Produto Bancário

SC – *Structural Capital*

SIBA – Sistemas de Incentivos Baseados em Ações

SIC – *Standard Interpretation Committee*

TIC – Tecnologias de Informação e Comunicação

UE – União Europeia

VIF - V*ariance Inflation Factor*

Vs – *Versus*

INTRODUÇÃO

A divulgação do capital intelectual tem assumido nos últimos anos uma relevância acentuada por parte da comunidade científica. Isto acontece porque a doutrina contabilística considera que o "verdadeiro" capital intelectual não reúne condições de objetividade e fiabilidade para ser reconhecido nas demonstrações financeiras (doravante DF). Uma sociedade cada vez mais vocacionada para o setor dos serviços, com a intensiva adoção das mais recentes tecnologias e a cada vez maior importância reconhecida aos aspetos imateriais como a criatividade e as relações que se estabelecem, resulta num "emagrecimento" das DF por apenas nelas se refletir uma pequena parte do que nas organizações modernas contribui para a sua competitividade e inovação.

O capital intelectual tem que ser reconhecido como o conhecimento aplicado à prática, refletindo a capacidade de atuação das organizações e não apenas o cálculo do valor do conhecimento em termos financeiros (Danish Guidelines, 2000). A concretização do conhecimento na qualidade, na inovação e na agilidade para triunfar nos negócios é o que diferencia as organizações atuais, ou seja, é o seu "conhecimento em ação" (Davenport e Pruzak, 2001). O conhecimento deve, por isso, ser o mais possível aplicado e explicado para que as organizações obtenham melhorias no desenvolvimento dos seus processos, produtos e relações, adquirindo *know-how* interno e externo que lhes permita inovar e adquirir vantagens competitivas. Para que seja refletido esse conhecimento, as organizações deste novo milénio deverão apresentar um relatório do capital intelectual que traduza transações sobre o conhecimento, tal como o Anexo às DF traduz transações no âmbito do sistema contabilístico (Mouritsen, 2006).

Embora os termos "ativos intangíveis" e "capital intelectual" representem, na sua essência, o mesmo significado, neste trabalho abordamos estes conceitos através de uma distinção de perspetivas. Analisamos a divulgação dos ativos intangíveis aplicando este termo aos elementos referenciados no âmbito dos normativos contabilísticos e a divulgação do capital intelectual, aplicada no âmbito da gestão organizacional, pela representação dos principais recursos que constituem o conhecimento que a organização possui e que utiliza na criação de valor e de inovação, sendo ou não admitida a sua inclusão nas DF. Nesta análise, baseada na perspetiva da gestão, atendemos a indicadores de capital intelectual específicos de organizações do setor bancário, os quais contemplam informação não obrigatória obtida nos relatórios anuais e nas páginas *Web* institucionais, apelidando-se esta análise, de divulgação de informação voluntária sobre o capital intelectual. Deste modo, consideramos a perspetiva dos normativos contabilísticos e a perspetiva da gestão organizacional complementares no estudo da divulgação do capital intelectual, podendo corresponder a uma contraposição "*book disclosure*" *versus* (*vs*) "*market disclosure*".

Desde a entrada de Portugal na Comunidade Europeia em 1986, o sistema financeiro português é um dos mais competitivos e eficientes da União Europeia (UE) (Cabrita e Bontis, 2008), sendo o capital intelectual um elemento vital nas estratégias do setor bancário e na contribuição para o valor dos seus produtos e serviços. Este setor tem sentido nas últimas décadas enormes mudanças fruto da grande regulamentação a que está sujeito, das concentrações e fusões e da melhoria drástica nas suas plataformas tecnológicas.

A opção pela investigação neste setor baseou-se na asserção de vários autores de que em indústrias de setores mais intensivos em capital intelectual, a divulgação deve fazer refletir essa intensidade, sendo de esperar, como refere Guthrie *et al.* (1999), que a indústria que produzirá resultados mais interessantes seja a dos serviços financeiros. Shih *et al*. (2011) consideram que o capital intelectual é o núcleo da indústria financeira dos tempos modernos, porque as mesmas avaliam o conhecimento como um recurso indispensável à inovação e ao crescimento. Julgamos, tal como Ho e Wong (2001), que a transparência é a chave da divulgação voluntária, e que, nenhuma indústria se revela mais adequada do que aquela sobre a qual é exigida a maior clareza e rigor por parte de um extensivo número de *stakeholders*.

Na procura de conhecer de modo mais profundo as práticas de divulgação do capital intelectual no setor bancário em Portugal, analisamos o tema nas duas perspetivas anteriormente referidas: a dos normativos contabilísticos e a da gestão organizacional. A divulgação na perspetiva normativa será realizada pelo estudo da divulgação dos ativos intangíveis através dos *itens* constantes da *International Accounting Standard* (IAS) n.º 38 do *International Accounting Standards Board* (IASB). A perspetiva da gestão será analisada pela construção de um índice de divulgação de informação voluntária, baseado em modelos emanados da Comissão Europeia e adaptados às organizações do setor bancário.

Deste modo, propomo-nos concretizar um estudo que confronta a divulgação no âmbito da norma dos ativos intangíveis com a divulgação da informação que consideramos ser relevante para que se conheça o capital intelectual das organizações do setor bancário. Genericamente, o que procuramos através desta experiência prática, expressão de Meer-Kooistra e Zijlstra (2001), é contribuir para a perceção da importância da emissão de um relatório do capital intelectual, o qual requer uma pesquisa aprofundada de cada um dos componentes do capital intelectual. Pretendemos também concluir sobre a forma como o setor bancário português encara a transparência e a precisão da divulgação de informação sobre o capital intelectual, como fatores decisivos para o valor das instituições deste setor. A procura desta transparência permitirá entender a estratégia das organizações em demonstrarem a sua honestidade, sinceridade e profissionalismo aos seus parceiros chave (Hwan-Yann *et al*., 2011).

Dada a asserção, por um lado, de Meer-Kooistra e Zijlstra (2001) da diferença entre o reporte contabilístico, que se limita a incluir objetivamente elementos internos, e um reporte do capital

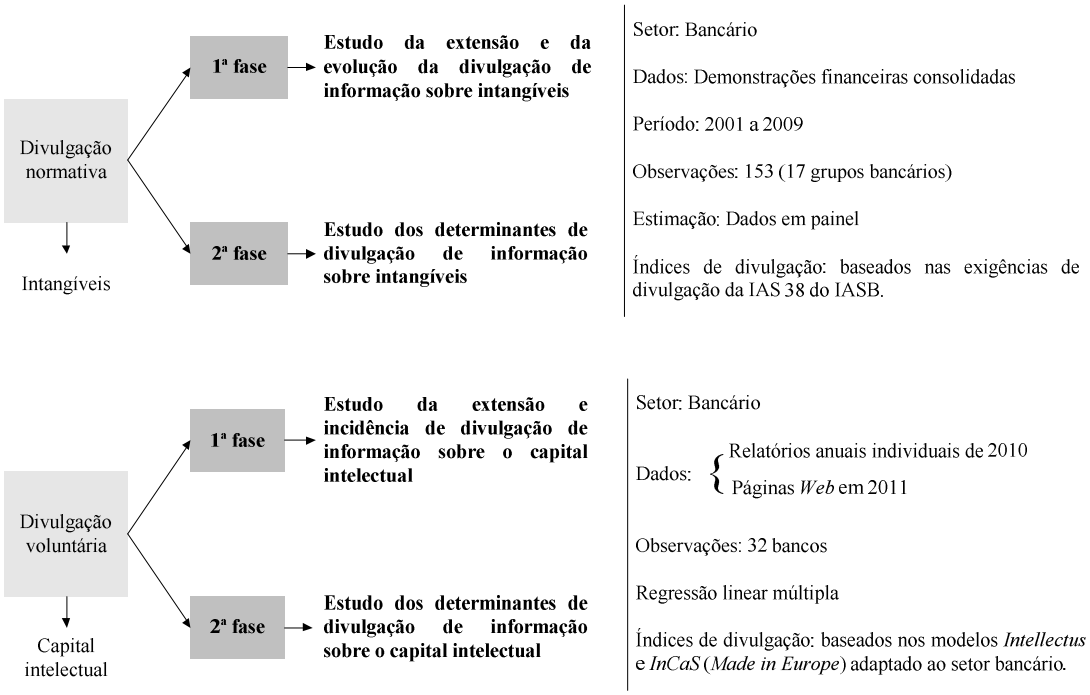
intelectual que inclui elementos internos e externos e, por outro lado, a constatação de Guthrie *et al.* (1999) de que há uma lacuna entre o reconhecimento da importância do capital intelectual e a existência de medidas reais para a manifestação da sua importância nos relatórios anuais, a presente investigação tem como principais objetivos aferir da extensão ou amplitude da divulgação dos ativos intangíveis/capital intelectual efetuada pelos bancos em Portugal e identificar os fatores que determinam essa divulgação.

Adotamos a perspetiva positivista de investigação através da abordagem metodológica de análise de conteúdo com a aplicação de métodos quantitativos para o tratamento e análise dos dados, os quais depois de classificados em atributos, permitem conhecer a extensão da divulgação do capital intelectual no setor bancário português.

Ao abarcar a divulgação numa dupla vertente normativa e de gestão, este trabalho permite confirmar a limitação de uma divulgação efetuada pelo simples cumprimento das exigências contempladas no normativo contabilístico, as quais podem não exercer um papel relevante como instrumento de gestão (Cabrita, 2009), ao não permitirem refletir o que verdadeiramente contribui para a competitividade e crescimento organizacional. Concretamente, ao analisarmos a divulgação de informação de intangíveis nas DF e a divulgação de informação voluntária sobre o capital intelectual nos relatórios anuais e nas páginas *Web* dos bancos, procuramos aferir da extensão e da incidência ou tendência dessa divulgação, a qual se poderá associar à importância que estas organizações colocam na transparência da divulgação destes recursos, fruto da influência desta exposição na sua reputação e imagem de mercado. Procuramos igualmente encontrar fatores que poderão estar associados a essa divulgação, ou seja, caraterísticas comuns que justifiquem a maior ou menor divulgação. Pretendemos, desta forma, refletir acerca da legitimidade que estas instituições procuram através da divulgação de informação mais detalhada sobre o seu capital intelectual. Esta legitimidade é obtida por pressões isomórficas tanto coercivas, pela imposição de uniformidade na divulgação através da observância dos preceitos contabilísticos, como normativas e miméticas, fruto da incerteza nas práticas de divulgação de informação voluntária a adotar num setor com forte influência económica e social.

Consideramos que, para cumprir os objetivos indicados e dada a abrangência do que nos propomos investigar, é importante uma clara estruturação do caminho que definimos para a prossecução desses objetivos.

Figura 0.1 - Esquema do estudo empírico



Fonte: elaboração própria.

A figura apresentada esquematiza o alcance empírico que pretendemos na análise às demonstrações financeiras consolidadas (doravante DFC), aos relatórios anuais individuais e às páginas *Web* de entidades bancárias, para se aferir da extensão, da evolução e da incidência de divulgação, assim como dos determinantes da divulgação baseada no normativo contabilístico dos ativos intangíveis e da divulgação voluntária do capital intelectual, analisada no período 2001 a 2011.

Na primeira parte do estudo empírico pretendemos analisar a divulgação baseada no normativo contabilístico dos ativos intangíveis, para a qual construímos um índice com base nos requisitos de divulgação da IAS 38 do IASB. Este índice de divulgação é aplicado às DFC dos dezassete bancos que apresentaram as respetivas contas em Portugal de 2001 a 2009, tendo resultado na leitura de cento e cinquenta e três relatórios, essencialmente o Anexo às DFC. Este estudo longitudinal está dividido em duas fases: a primeira consiste na análise à extensão e à evolução da divulgação de informação sobre intangíveis e, na segunda fase, analisar os determinantes dessa divulgação através da estimação de dados em painel.

A segunda parte do estudo empírico incide sobre a divulgação de informação voluntária do capital intelectual, efetuada nos relatórios anuais individuais e nas páginas *Web* dos bancos em Portugal. Para isso, reunimos os relatórios de 2010, publicados em língua portuguesa, dos bancos que nesse ano operavam em Portugal e, simultaneamente, que esses mesmos bancos dispusessem em 2011 de página *Web* acessível e autónoma.

A construção de um índice de divulgação baseado nas premissas do modelo *Intellectus* desenvolvido pelo Centro de Investigación sobre la Sociedad del Conocimiento - Instituto de Administración De Empresas da Universidad Autónoma de Madrid (CIC-IADE) e do modelo *Intellectual Capital Statement (made in Europe)* (*InCaS*), serviu de unidade de medida na análise da extensão e da incidência da divulgação de informação voluntária sobre o capital intelectual (1ª fase) e ao estudo dos determinantes dessa divulgação nos relatórios anuais e nas páginas *Web* das instituições de crédito em Portugal (2ª fase).

Perante estes propósitos, estruturamos a tese em três capítulos. O primeiro capítulo inicia com um enquadramento teórico necessário à compreensão do conceito do capital intelectual. Neste contexto, é efetuada uma abordagem genérica ao capital intelectual, nomeadamente a sua importância no contexto organizacional atual, ou seja, a sua influência na sobrevivência das organizações num mercado globalizado e competitivo. Dissecamos cada um dos seus componentes ou categorias através de uma maior especificação dos conteúdos que integram, procurando um melhor entendimento concetual do capital intelectual. Procedemos ainda a uma revisão das principais teorias aplicadas no estudo das práticas de divulgação do capital intelectual, assim como das que poderão justificar os determinantes dessa divulgação. Uma análise às investigações empíricas relevantes no âmbito da divulgação do capital intelectual é concretizada através de uma estruturação das que foram realizadas com recurso à metodologia de análise de conteúdo, sendo os seus fundamentos analisados nas matérias que mais especificamente nesta investigação nos propomos desenvolver. Este capítulo termina com um enquadramento setorial e normativo necessário a uma melhor delimitação do estudo a realizar. Neste contexto, é efetuada uma análise genérica ao setor bancário sobre o qual incide a presente investigação. Foi enquadrado o papel do Banco de Portugal (doravante BdP) na regulamentação do setor, nomeadamente na emissão de Avisos, de Instruções e de Cartas circulares específicas relacionadas com a temática que analisamos. Foram também explorados os principais preceitos da lei contabilística vigente no período sobre o qual se insere esta investigação, com vista a uma melhor contextualização da divulgação dos ativos intangíveis no tratamento contabilístico que lhe serviu de base.

O segundo e terceiro capítulos são dedicados à investigação empírica que nos propomos concretizar. No segundo capítulo analisamos a perspetiva do normativo contabilístico na divulgação do capital intelectual, a que chamamos, para uma mais clara distinção, de divulgação de ativos intangíveis. Procuramos neste capítulo explorar a divulgação de informação de intangíveis num período de nove anos, de 2001 a 2009, nomeadamente analisar a extensão ou o nível da divulgação nesse período, a evolução verificada nessa divulgação e as possíveis alterações que nela se verificaram, derivadas da transposição do normativo internacional dos ativos intangíveis para as contas consolidadas destas entidades. Além disso, complementa-se

esta análise com um exame aos fatores que consideramos poderem ser determinantes nessa divulgação.

A análise da divulgação de informação sobre o capital intelectual na perspetiva da gestão é realizada no terceiro capítulo. Nesta análise, fruto da multidisciplinaridade na apreciação deste conceito, procuramos uma maior abrangência através da consideração de que a divulgação voluntária na perspetiva da gestão organizacional deverá, não só abarcar mais e mais detalhados indicadores de divulgação que fundamentem a transparência na divulgação, como também captar informação através de um mais alargado exame às fontes ou canais de divulgação dessa informação. Deste modo, através da análise bibliométrica (Alves, 2011) de relatórios anuais apresentados pelos bancos que operam em Portugal, assim como às suas páginas *Web*, pretendemos apurar a extensão ou quantidade da divulgação voluntária do capital intelectual. Procuramos também concluir sobre a incidência ou tendência dessa divulgação, nomeadamente através de uma análise individualizada a cada um dos componentes do capital intelectual, concretamente, o capital humano, o capital estrutural e o capital relacional, assim como avaliar a incidência da divulgação por comparação entre as fontes ou canais de informação considerados (relatórios anuais e páginas *Web*). Complementamos igualmente esta análise com uma investigação aos determinantes da divulgação de informação voluntária do capital intelectual, considerando, separadamente, a divulgação realizada nos relatórios anuais e nas páginas *Web* institucionais das entidades analisadas.

A aplicação das teorias dos *stakeholders*, da legitimidade e institucional no estudo da extensão e da evolução da divulgação de informação normativa de intangíveis, assim como no estudo da extensão e da incidência da divulgação de informação voluntária do capital intelectual, justifica a atuação das organizações no sentido de legitimar o seu comportamento através da emissão de mais detalhadas informações como resposta às expetativas de grupos específicos ou da sociedade em geral. O estudo dos fatores explicativos da divulgação em ambas as análises é efetuada à luz das teorias da agência, dos *stakeholders*, da sinalização, da legitimidade e da teoria institucional, a partir das quais procuramos respostas à influência de determinadas caraterísticas específicas na extensão da divulgação dos intangíveis/capital intelectual. Nesta análise, além de fatores que estudos anteriores desta matéria contemplaram e que se mostraram determinantes, foram incluídos outros fatores que, pela particularidade do setor em causa, consideramos poderem ser relevantes na pesquisa.

As principais conclusões da tese e as suas contribuições para o conhecimento, assim como o que reconhecemos serem as limitações sentidas no decorrer do estudo, encerram a presente análise. Não nos isentamos, porém, de sugerir as principais linhas de investigação futura na área aqui explorada.

CAPÍTULO I – ENQUADRAMENTO TEÓRICO

O conceito de ativo intangível é mais comum na uma linguagem contabilística e o capital intelectual é frequentemente aplicado no âmbito da gestão, estando associado a uma abordagem mais abrangente e multidimensional por ser fruto do conhecimento aplicado nas organizações sob a forma de experiências adquiridas, da criatividade, do talento, das competências organizacionais que conduzem à inovação e à obtenção sustentada de ganhos. O capital intelectual é um tema que se tem vindo a desenvolver e a captar amplamente a atenção de investigadores no sentido de lhe atribuir a importância que merece na sociedade atual, quer no âmbito do seu reconhecimento nas DF como no âmbito da sua divulgação.

O interesse demonstrado nesta matéria resulta da noção de que a conceção do capital intelectual na perspetiva da gestão é fundamental para uma mais acertada decisão de negócios das organizações intensivas em conhecimento, assim como para ser assumido um tratamento adequado por parte dos organismos de regulação da contabilidade. Cabrita (2009) considera restritivo o conceito contabilístico dos ativos intangíveis, contrapondo-o a um conceito abrangente de gestão, pela diferença existente entre as atividades críticas da corrente contabilística, que são as que conduzem à medição e ao reporte dos intangíveis e as atividades críticas da corrente estratégica do capital intelectual, nomeadamente a aprendizagem organizacional, a gestão do conhecimento e a gestão da inovação.

Procuraremos ao longo deste capítulo concretizar os conceitos compreendidos no âmbito da divulgação de intangíveis, baseado nos normativos contabilísticos, que é, necessariamente, mais restritivo do que o conceito na teoria contabilística, assim como no domínio da divulgação voluntária do capital intelectual, procurando fundamentar este fenómeno nas principais teorias de divulgação. Uma análise às investigações empíricas relevantes no contexto da divulgação do capital intelectual é concretizada através de uma estruturação das que foram realizadas com recurso à metodologia de análise de conteúdo a relatórios anuais, a prospetos de admissão à cotação e a outros relatórios, assim como estudos de análise de conteúdo às páginas *Web* e ainda aqueles em que, uma combinação de fontes foi a forma de obter informações sobre o capital intelectual. Enquadraremos o setor bancário, assim como o papel do BdP como entidade de supervisão, nomeadamente o poder que exerce em sede legislativa e fiscalizadora. É efetuada também uma breve descrição do quadro contabilístico a que este setor se aplica no período temporal abrangido nesta investigação, ou seja, de 2001 a 2009.

1 – O capital intelectual

O capital intelectual é um tema de interesse crescente para as organizações cujos resultados ocorrem de serviços "conhecimento-intensivos" e de inovação. Estas "empresas do conhecimento" têm um valor de mercado superior ao valor contabilístico pelo facto de o valor

de mercado estar baseado em "ativos intangíveis intelectuais" e na capacidade de os converter em valor (Edvinsson e Sullivan, 1996). Um dos fatores que relevou a importância do capital intelectual numa organização foi a mudança do foco da gestão do capital tangível para o intangível, fruto da afirmação da sua importância no processo de criação de valor organizacional (Abeysekera, 2006b).

O conhecimento é o principal fator de produção, de expansão e de desenvolvimento das organizações e do mercado global, essencialmente o conhecimento organizacional que resulta do contributo do conhecimento individual de cada participante quando agregado numa organização. Segundo Stewart (1999), o conhecimento é um recurso que não se esgota, mas tende a aumentar com a abundância e não com a escassez, fazendo com que, quanto mais usado, maior o seu crescimento[1]. Sveiby (2000, p. 53) refere que "ao contrário da terra, do petróleo e do ferro, a informação e o conhecimento não são escassos. Podem criar-se a partir do nada por indivíduos cuja matéria-prima (alimentos) representa um custo insignificante. Também ao contrário do petróleo e do ferro, o conhecimento e a informação crescem quando são compartilhados, não se perdendo, mas multiplicando-se". Neste âmbito, Curado (2006, p. 96) refere que "de uma perspetiva puramente societal, o conhecimento será o mais útil possível, quanto mais difundido e partilhado for. No entanto, também é compreensível que o conhecimento é poder, e será mais poderoso aquele que é retido, do que aquele que é partilhado. Contudo, muitas vezes o conhecimento terá de ser partilhado antes de ser retido em certos elementos e constituir então fonte de poder". Também Klein (1998) refere que o conhecimento é poder e que as organizações deverão aproveitá-lo em vez de o deixar voar como faúlhas.

Define-se, assim, os dias de hoje como a "sociedade de informação", a "nova economia" ou a "sociedade do conhecimento"[2]. Na "nova economia" são as organizações "conhecimento-intensivas" as líderes e as que servirão de paradigma à mensuração e divulgação do capital intelectual (Stewart, 1999). A "velha economia"[3], baseada em grandes corporações industriais, técnicas de gestão baseada numa contabilidade de ativos físicos, onde os fatores de produção eram o capital e o trabalho, deu lugar à "nova economia", como sendo a economia de serviços baseada no conhecimento, no intercâmbio de ideias, de informação e de experiência[4]. Nesta economia há maior concentração na criação de valor a médio e longo prazo, onde os serviços superam a produção de bens e onde a inovação provocou a "desmaterialização da produção"[5].

[1] Contrariamente à regra de decréscimo de rendimentos através da utilização dos fatores produtivos. Lev (2003) identifica esta potencialidade de criação de valor (rendimentos crescentes) como escalabilidade.
[2] Nesta "nova economia", os que nela aplicam as suas habilidades são, segundo Klein (1998) os "trabalhadores do conhecimento" e o *know-how* organizacional dela resultante é a sua "mentefatura" Allepuz (2000).
[3] Termo usado para se contrapor à "nova economia", designando as empresas da era industrial e pós-industrial.
[4] Stewart (1999) refere que a "nova economia" transformou a "velha economia", no entanto, não a eliminará, assim como a revolução industrial não pôs fim à agricultura.
[5] Termo utilizado por Fernández Rodríguez e Moro Prieto (2003).

Nessa "nova economia", há uma maior utilização da força mental em detrimento da força física e onde as mudanças se operam a uma velocidade vertiginosa, e, por isso, as capacidades intelectuais e organizativas, com maior uso da criatividade, do talento e das competências, são mais importantes do que o controlo dos recursos físicos. Stewart (1999) refere que as empresas da economia baseada no conhecimento alteraram a estrutura organizativa tradicional para uma nova forma de desenho organizativo: a rede. Assim, a "nova economia" carateriza-se por ser uma economia baseada na globalização e abertura de novos mercados, onde as tecnologias de informação e comunicação (TIC), especialmente a *internet*, têm um papel preponderante, criando uma economia de rede com uma utilização intensiva do conhecimento e da inovação na produção de bens e serviços (Lev, 2003).

Este dramático crescimento dos fatores intangíveis é fruto do desenvolvimento verificado no panorama mundial nas últimas décadas do século XX, sendo responsáveis por esta situação, nomeadamente, as grandes operações de fusões e aquisições, a expansão no setor dos serviços, a sofisticação das tecnologias e dos mercados e a forte orientação para o cliente (Rodrigues, 2011). A inovação é, por isso, a palavra de ordem, no entanto, segundo Lev (2003), a inovação não é nada de novo, nem exclusivo da era moderna, o que é exclusivo das organizações modernas é a urgência de inovar. A pressão competitiva fez com que a inovação fosse o fator-chave de sobrevivência das empresas. Ross *et al.* (2001, p. 18) afirmam como princípio que "no mundo dos negócios moderno, o imperativo empresarial é administrar o capital intelectual ou morrer" e Stewart (1999) refere que quanto menos se compreenda a nova economia como ela é, menores serão as possibilidades de tomar decisões inteligentes para sobreviver nela.

Podemos encontrar diferentes formas de referenciar a utilização do conhecimento na realidade empresarial, sendo que, na génese esses termos significam, basicamente, a mesma coisa: "ativos do conhecimento" ao utilizar uma linguagem aplicada na literatura económica; "capital intelectual" numa linguagem de gestão de empresas e "ativos intangíveis" numa visão contabilística. Se nos centrarmos na ciência contabilística, constatamos, também, que não há consenso na utilização da mesma terminologia, pois dominam os termos: ativos intangíveis; capital intangível; recursos intangíveis; capital intelectual e propriedade intelectual para se referirem ao mesmo conceito (Lev, 2003). O autor (p. 21) define ativos intangíveis como "fontes geradoras de valor (direitos sobre benefícios económicos futuros) que carecem de substância física e são gerados por meio de inovação (descobertas), desenhos organizativos únicos e práticas de gestão de recursos humanos". Stewart (1999) carateriza o capital intelectual como um conjunto de elementos: o talento de trabalhadores, a eficácia dos sistemas de gestão e o caráter das relações. Destas duas abordagens parece-nos clara a orientação contabilística na definição de Lev (2003) e um propósito de gestão e estratégia na caraterização de Stewart (1999). Também Meer-Kooistra e Zijlstra (2001) referem que o conceito do capital intelectual

está baseado numa perspetiva "*ex ante*", enquanto a estrutura contabilística do conceito está fundamentado numa perspetiva "*ex post*"[6]. A abordagem estratégica de Stewart (1999) indica o capital intelectual como *driver* de valor, um importante recurso económico e um fator organizacional que permite impactos diretos sobre a competitividade do mercado. Também Cabrita e Bontis (2008) consideram que, estrategicamente, a noção do capital intelectual está ligada à capacidade de criar e aplicar o potencial de conhecimento de uma organização.

Sveiby (1997) terá sido o pioneiro na classificação dos intangíveis em três componentes: ativos de estrutura interna, ativos de estrutura externa e ativos de competências individuais. Os ativos de competências individuais dos membros da organização são aqueles que os trabalhadores levam consigo no final de um dia de trabalho, não podendo ser propriedade de uma entidade, mas das pessoas que os possuem. Estes ativos centram-se na experiência; escolaridade; educação; habilidades; valores e atitudes e são considerados a base dos restantes componentes. Quanto aos ativos de estrutura interna da empresa, são os intangíveis que sustentam atividades operacionais, nomeadamente procedimentos de trabalho; métodos administrativos e de gestão; sistemas de investigação e desenvolvimento (I&D); sistemas de liderança e cultura organizacional. Contrariamente ao anterior, estes são recursos pertencentes à organização e, em alguns casos, podem proteger-se juridicamente, essencialmente com patentes ou direitos legais de propriedade intelectual. Os ativos de estrutura externa à organização têm um maior grau de incerteza em relação aos anteriores, pois a sua medição não depende apenas do número ou tempo dedicado às relações com os clientes, mas também da qualidade e boa gestão dessas relações, nomeadamente a imagem e reputação de mercado e as relações que se estabelecem com os *stakeholders*. Também estes recursos pertencem à empresa e alguns deles podem proteger-se legalmente (Sveiby, 2000).

Edvinsson (1997) desenvolveu o modelo *Navegador de Skandia*, no estudo aplicado na empresa Skandia[7]. Neste estudo o autor divide o capital intelectual em capital humano, capital estrutural e capital de clientes. Mais tarde, esta classificação foi modificada, substituindo-se o capital de clientes por capital relacional. Também o projeto MERITUM[8] adota esta classificação, a qual continuou a ser a mais aplicada na temática do capital intelectual.

[6] Entendemos que os conceitos adotados pelos autores significarão a diferença entre uma perspetiva reativa (com base num conceito contabilístico baseado numa lógica de passado) e uma perspetiva pró-ativa (numa lógica de futuro e orientada para o exterior).

[7] A Skandia é uma companhia sueca de seguros e assessoria financeira. Publicou o primeiro relatório sobre capital intelectual incluído nas DF de 1993 e no ano seguinte apresentou um suplemento às DF sobre capital intelectual. Seguiram-lhe o exemplo, entre outras empresas, Dow Chemicals, quando publicou *Visualizing Intellectual Property in Dow*, The Canadian Imperial Bank of Commerce, Ernst & Young e Arthur Andersen (Edvinsson e Malone, 2003). Em 1991, Edvinsson era assumidamente o primeiro diretor mundial do capital intelectual por desenvolver outra lógica para a renovação da empresa (Edvinsson e Kivikas, 2004).

[8] MERITUM significa *MEasuRing Intangibles To Understand and improve innovation Management* (medição de intangíveis para compreender e melhorar a gestão inovadora). É um projeto que foi financiado pela Comissão

O **capital humano** tem como caraterística própria a impossibilidade de separar este tipo de ativos intangíveis das pessoas que os desenvolvem. Trata-se de um capital individual, o qual está presente na empresa por meio de contratos de trabalho que vinculam a organização com os que nela trabalham. É, por isso, o conhecimento que os empregados levam consigo quando abandonam a empresa. Falamos também de conhecimentos adquiridos por uma pessoa, assim como outras caraterísticas individuais, tais como a lealdade, a polivalência ou a flexibilidade, que incrementam a produtividade e o valor da contribuição do indivíduo para a organização (Cañibano *et al.*, 2008). A criação do conhecimento vem, assim, de um grupo de colaboradores que têm entusiasmo e a capacidade de converter o conhecimento (individual e tácito) em capital intelectual para as organizações (Shih *et al*., 2011). O conhecimento e a experiência das pessoas são um recurso crucial, através do qual as organizações estruturam as informações internas e externas (Meer-Kooistra e Zijlstra, 2001), expressando, segundo Saint-Onge (1999), as capacidades dos indivíduos necessárias para fornecer soluções aos clientes. O capital humano representa a fonte de inovação e renovação (Stewart, 1999), ou seja, a fonte primordial de heterogeneidade das empresas (Cabrita, 2009).

O **capital estrutural** é um ativo estratégico, que permite a criação de riqueza através de uma metamorfose humana. É um conjunto de infraestruturas, sistemas de informação, bases de dados, patentes, marcas, rotinas e processos administrativos que representam o potencial intelectual existente na organização (Cabrita, 2009). Stewart (1999, p. 111) refere-se ao capital estrutural como as "capacidades organizacionais de uma organização a ir ao encontro das exigências de mercado". Na mesma linha de opinião, Saint-Onge (1999, p. 223) designa-o de "recursos da organização para atender às necessidades do mercado". O capital estrutural está representado por um conjunto de grupos de trabalho interdependentes que se relacionam numa organização, sendo a contribuição dos conhecimentos individuais e de grupo representados em procedimentos e processos de transformação que permitem que a entidade se desenvolva, os quais poderão ser protegidos legalmente através de direitos de propriedade intelectual. É, por isso, o conjunto de conhecimentos que permanecem na empresa no final do dia (Cañibano *et al.*, 2008).

O **capital relacional** é o valor do relacionamento de uma organização com as entidades com quem interage, sendo neste relacionamento que o capital se transforma em dinheiro (Stewart, 1999) ou seja, é o conhecimento incorporado nos relacionamentos com os *stakeholders* (Cabrita e Vaz, 2005, 2008). Inclui, por isso, um conjunto de recursos que a organização obtém nas relações externas com clientes, fornecedores, acionistas ou sócios, investidores, etc., refletindo aspetos relativos às ligações externas com a utilização do capital humano e do capital estrutural.

Europeia e contou com a participação de seis países europeus (liderado pela Espanha) para levar avante uma investigação sobre intangíveis que fosse a base para a elaboração de guias de gestão e informação.

O capital relacional engloba não só as relações que a entidade tem com terceiros, como também a perceção que estes têm dessa entidade. Segundo López Sáez *et al*. (2007), nestas relações interorganizativas produz-se uma forma superior de conhecimento, com base na coordenação ou combinação de parte do conhecimento próprio de cada um dos agentes que intervêm na relação. Este capital relacional é crucial tanto para detetar as oportunidades de mercado, que fazem com que a organização desenvolva novos conhecimentos, como para obter uma valorização dos seus conhecimentos atuais. Cañibano e Sánchez (2004) referem que as alianças estratégias são o principal intangível dentro do capital relacional e Bontis (1998) reforça a designação de capital cliente pelo destaque que essas relações assumem. Também Saint-Onge (1999) se refere ao capital cliente como a profundidade, a cobertura, a lealdade e a rendibilidade de clientes. A satisfação, a longevidade das relações, a fidelização e a confiança são atributos das relações com terceiros e constituem uma base de conhecimento e uma fonte de acesso a inúmeros recursos (Cabrita, 2009).

Embora haja críticas a esta separação entre os três componentes do capital intelectual, por se considerar que na realidade eles funcionam de forma interdependente, esta separação resulta numa abrangência claramente percetível, pois partindo-se da premissa que o conhecimento está presente no capital intelectual, qualquer que seja a subdivisão que se opere dentro dele, podemos associar o conhecimento que um funcionário possui e que aplica no seu trabalho, ao capital humano, associamos o capital estrutural ou organizativo como o veículo que facilita o fluxo de conhecimentos dentro de uma organização e o capital relacional é a interação do conhecimento individual de cada um dos agentes intervenientes com os restantes (Monclús Guitart *et al.*, 2005 e López Saez *et al.*, 2007). Assim, o capital intelectual é um fenómeno que se relaciona com o efeito de inter-relações e de interações, tendo cada um dos componentes pouco valor se considerado *per se* (Cabrita, 2009). Stewart (1999) refere que o capital intelectual não é criado a partir de conjuntos discretos de capital humano, estrutural e de cliente, mas antes pela interação existente entre eles. Existe, por isso, um consenso de que nenhuma das dimensões é valiosa isoladamente e que a criação e a alimentação do valor se faz através da interação eficaz das três dimensões do capital intelectual (Cabrita e Bontis, 2008), qualificando-se o capital intelectual como um conceito multidimensional.

O capital intelectual nas demonstrações financeiras

A escrituração de um elemento nas DF assenta em três pilares fundamentais: o reconhecimento, a mensuração e a divulgação da informação financeira. Estes são meios essenciais para auxiliar o gestor na tomada de decisões acertadas, assim como, informar as entidades externas acerca da posição financeira da organização e do seu desempenho. Para Carqueja (2007) o significado da palavra "contabilidade" tem implícita a ideia de relação com situações ou factos económicos, pois corresponde a informação sobre valores e riqueza, assim como a sistematização, métodos

ou instrumentos que suportam essa informação. No entanto, se o objetivo da informação financeira é ser útil para a tomada de decisões económicas, essa utilidade é ainda hoje muito limitada, dado que nas normas contabilísticas evidencia-se a prevalência da informação objetiva sobre a informação relevante, colocando em primeiro plano a prestação de contas.

A capacidade das DF para fornecer uma visão precisa da situação financeira da empresa parece ter diminuído ao longo das últimas décadas, juntamente com o aumento da importância dos bens intangíveis. Isto retrata a escassez da divulgação de informação de intangíveis apesar da sua crescente importância como fonte de vantagem competitiva sustentável. Em grande medida, isso pode ser atribuído às condições restritivas impostas pelas normas de contabilidade para o reconhecimento como ativo nas DF dos investimentos imateriais (Meritum Project, 2002). Abeysekera (2006a) refere que, infelizmente, as IFRS (*International Financial Reporting Standards*) reduzem o número de intangíveis reconhecidos nas DF e por isso as organizações terão que encontrar métodos alternativos de divulgar *itens* do capital intelectual para que as informações relevantes sejam consideradas na tomada de decisão. Cañibano *et al*. (2000) referem-se a problemas concetuais e metodológicos subjacentes à medição da inovação empresarial, pela falta de capacidade das normas de contabilidade refletirem com precisão as atividades inovadoras nas DF das entidades. Os autores acrescentam que as DF poderiam constituir uma base sólida para a medição da inovação se nelas fossem incluídas informações mais relevantes sobre os intangíveis que se podem assumir decisivos no valor das organizações. Também Rodrigues (2011) refere que apesar de os ativos intangíveis terem vindo a assumir-se como fatores decisivos na criação de valor das entidades do século XXI, muitos desses ativos não são explicitamente reconhecidos nas DF, existindo, nas últimas décadas, um acentuado interesse e pressão da comunidade científica na temática da deterioração da informação contabilística por esta não reconhecer grande parte dos intangíveis, que são, atualmente, as principais fontes geradoras de inovação e competitividade das organizações.

Os organismos de normalização contabilística parecem estar cientes da necessidade de responder às mudanças operadas neste âmbito, pelo efeito da globalização da economia e da sua dependência do capital intelectual (Rodrigues e Oliveira, 2002), no entanto, dadas as caraterísticas particulares desses ativos intangíveis, esta torna-se uma matéria controversa no âmbito da contabilidade pelo facto de a perspetiva mais tradicional desta ciência não revelar condições para acolher no seu seio essas novas realidades (Rodrigues, 2011).

Segundo Kamath (2007) há três maneiras de avançar para um modelo de contabilização do capital intelectual:

1. ajustando os "métodos convencionais"[9] de contabilidade para incluir novos parâmetros e variáveis;
2. mantendo a contabilidade tradicional e adicionando novas medidas para incluir o capital intelectual não abrangido; e
3. abandonando completamente os métodos antigos e criar um novo método.

Guthrie *et al.* (1999) rejeitam a utilização de medidas financeiras absolutas para elementos intangíveis, cuja mensuração requer um novo paradigma baseado no conhecimento. Faria e Moreira (2006) salientam que uma mudança passaria pelo abandono dos paradigmas de reconhecimento e valorização tradicional, onde se reconheciam apenas os factos que afetassem as componentes patrimoniais, passando a utilizar um cenário que permitisse a aplicação da subjetividade e levasse à adoção de novas perspetivas de reconhecimento do crescente valor dos intangíveis nesta "nova economia". A tendência dos organismos de normalização contabilística internacionais parece, no entanto, assentar mais na ampliação da divulgação de informação no Anexo, tanto quantitativa como qualitativa, do que a adoção de critérios de reconhecimento mais flexíveis (Cañibano e Gisbert Clemente, 2004).

A complexidade desta temática acentua-se pelo facto de a prática contabilística tradicional não prever a identificação e medição dos "novos intangíveis" especialmente os baseados no conhecimento, sendo, por isso, que existe mais informação acerca dos "velhos intangíveis" (de dimensão financeira) do que dos "novos intangíveis" (os baseados no conhecimento) (Guthrie *et al.*, 1999). Mouritsen (2009) distingue esses diferentes intangíveis como "ativos em espera" e "ativos em ação" e a referência a esta distinção é também efetuada no Meritum Project (2002) como "recursos intangíveis" ou "atividades intangíveis" de acordo com o seu caráter estático ou dinâmico. Estas atividades requerem a alocação e uso de recursos que nem sempre são passíveis de serem expressos em termos financeiros, e, por isso, podem não aparecer nos relatórios financeiros tradicionais (Meer-Kooistra e Zijlstra, 2001 e Meritum Project, 2002)[10].

Segundo Guthrie *et al.* (1999) não é só a gestão financeira e a contabilidade que terão que ser adaptadas para incluírem a contabilização do capital intelectual, mas, também, terá que haver uma mudança no pensamento de gestão. Córcoles (2007) partilha desta opinião salientando que para incluir o capital intelectual nas DF há que ultrapassar o obstáculo da mudança de mentalidade tanto das entidades emissoras das normas como dos gestores das empresas. Os primeiros porque teriam que contemplar o reconhecimento e mensuração do que é imensurável e os segundos por receio de informar acerca da sua fonte geradora de vantagens competitivas. Assim, a consideração de que o capital intelectual se confina à diferença entre o valor de

[9] Métodos formais convencionados por normas.
[10] Abeysekera (2006b) refere que o capital intelectual gerado numa organização é visto como "capital desaparecido" no sistema contabilístico tradicional.

mercado e o valor contabilístico[11], embora não dominante, surge em várias apreciações acerca desta temática. No nosso ponto de vista, tal como no de Brennan e Connell (2000), desta asserção resulta a pouco correta consideração de que o valor do capital intelectual inclui toda a diferença entre o valor de mercado e o valor contabilístico, o que permitiria considerar que a contínua flutuação dos preços das ações distorceria o valor do capital intelectual. Além disso, esta medida singular não permite uma distinção entre os diferentes componentes do capital intelectual. Também Abeysekera (2006b, 2008b) contesta esta ideia pelo facto de o valor do capital intelectual de uma empresa cotada diminuir quando cair o preço das ações da mesma, ou seja, devido a fatores que não estão no controlo da entidade. Abeysekera (2006b) acrescenta também que se não forem incluídos nos relatórios anuais, juntamente com ativos intelectuais passivos intelectuais, os *stakeholders* não terão toda a extensão e natureza da divulgação do capital intelectual. A autora considera ainda que a divulgação do capital intelectual poderá ter a função de colmatar o fosso "inexplicável" de informação nas DF das organizações[12], fruto da prudência imposta pelas normas internacionais de contabilidade (NIC) e do cada vez maior valor de mercado das organizações. Esta asserção é hoje posta em causa em consequência da crise financeira instalada. Esta crise trouxe consigo riscos para as organizações, nomeadamente, a volatilidade do preço das suas ações como resultado da recessão que se instalou, o que fez, inevitavelmente, diminuir a diferença entre entre o valor contabilístico e o valor de mercado das instituições. A pretendida aproximação desses valores nunca foi tão real como no atual contexto em que vivemos. Aliada à consideração na contabilidade de perspetivas de ganhos futuros e à desvalorização no mercado do valor de grandes organizações, o *gap* existente entre o valor contabilístico e o valor de mercado reduziu substancialmente e, em casos extremos, o valor contabilístico ultrapassa o valor de mercado de algumas instituições, fazendo até com que parte dos ativos fixos tangíveis deixe de relevar nesse valor. Esta nova realidade trouxe para a discussão uma verdade que nunca a ciência considerou. A este respeito, Martins (2010) interroga-se se não será a complexidade empresarial que ditará o destino da contabilidade no sentido de se adaptar às mudanças cada vez mais aceleradas de uma realidade que esta ciência visa interpretar.

Segundo Mouritsen (2009) a mensuração é impossível e útil ao mesmo tempo[13]. O autor argumenta que nenhuma medição pode ser a representação isomorfa do processo (de medição) e, por isso, a mesma não gera necessariamente certezas. Dada a ambiguidade e a dificuldade da temática da mensuração ou medição do capital intelectual, o objetivo seria direcionado mais no sentido de auxiliar a gestão do que para representar uma realidade. Assim, a medição ganha em

[11] Consideração de Stewart (1999) e Mouritsen *et al*. (2002).
[12] Opinião partilhada por Lopes e Rodrigues (2007).
[13] Lopes (2008) refere-se ao processo de medição dos intangíveis como um aparente erro da mente ou uma contradição, como se o objetivo fosse transformar o aparentemente impossível em possível.

relevância mas perde em fiabilidade. Este é um tema ambicioso e vasto, não fazendo, no entanto, parte dos objetivos traçados para esta dissertação.

Cada vez mais as partes interessadas na situação das organizações exigem informações claras e fidedignas, o que obriga a uma inevitável evolução e, num âmbito geral, a contabilidade tem sofrido alterações significativas para se adaptar às novas exigências, nomeadamente no que diz respeito à divulgação. No entanto, uma das áreas em que a contabilidade não tem conseguido acompanhar a evolução é no reconhecimento e valorização dos elementos intangíveis, nomeadamente no âmbito do capital intelectual. É convicção geral que estes são os elementos que fazem crescer a empresa, que são a base do seu valor e da sua competitividade e que sem eles, nos dias de hoje, as organizações não sobreviveriam. A escassez de divulgação provoca, segundo Lev (2003), uma assimetria informativa com efeitos negativos para acionistas, investidores e entidades fiscalizadoras. Segundo o mesmo autor, a relevância da informação financeira diminuiu, tendo aumentado a deterioração da qualidade de informação. Esta opinião é partilhada por Edvinsson e Kivikas (2004) ao referirem que a escassez de informação nas DF acerca dos elementos intangíveis pode afetar as relações entre a organização e os seus *stakeholders*. Rodrigues (2011) considera que os elementos-chave da inovação não aparecem refletidos nos relatos financeiros, assumindo-se como centrais no processo de inadequação crescente da informação contabilística e financeira divulgada pelas organizações para satisfazer as necessidades de informação muito diversificadas dos seus diferentes utilizadores. A autora acrescenta que o ideal seria encontrar modelos de mensuração adequados para o reconhecimento dos ativos intangíveis, no entanto, enquanto isso não acontece, a solução passará por divulgar mais e melhor informação sobre os ativos intangíveis detidos pelas entidades. Opinião contrária tem Martins (2010) que considera que o caminho que a contabilidade vem trilhando é no sentido de satisfazer as conveniências dos investidores e, por isso, haver a pretensão de as DF refletirem o valor de mercado. Acrescenta que isto permitiria o reconhecimento do *goodwill* gerado internamente e a utilização cada vez menos do custo histórico como critério de mensuração. O autor conclui que a concretização desta aspiração se refletiria numa alteração contabilística de consequências dificilmente calculáveis, nomeadamente na diminuição do grau de fiabilidade contabilística resultante da possibilidade de manipulação de valores.

Palavras como conectividade, comunicação e interação deveriam estar no núcleo destas análises, devendo-se estimular uma tendência de convergência para chegar a uma linguagem comum acerca da divulgação dos intangíveis, para uma mais fácil comparabilidade intersetorial e internacional (Cañibano e Sánchez, 2004). Isto reflete a indubitável opinião de que a divulgação acerca dos intangíveis é ainda limitada. No entanto, essa divulgação deveria ser incluída nas DF anuais ou um relatório complementar? Acerca desta questão a unanimidade é escassa. A questão prende-se com a definição de como é que nos relatórios podem ser

construídos mecanismos que, simultaneamente possam contemplar *itens* não financeiros e qualitativos ao lado de dados financeiros, tradicionais e quantificáveis (Guthrie *et al.*, 1999).

Cañibano *et al.* (2000) referem que a utilidade das DF pode ser aumentada pela adição de dados tanto financeiros como não financeiros para as informações divulgadas pelas empresas no âmbito do atual modelo de contabilidade. Meek *et al.* (1995), citados por Cañibano e Sánchez (2004) defendem que as informações sobre intangíveis deverão fazer parte das DF anuais e não um documento separado dessas demonstrações, acrescentando que o que tem sido divulgado sobre os intangíveis tem sido informação mais qualitativa, o que torna a informação menos fiável e precisa. Também Edvinsson e Kivikas (2004) defendem a inclusão do capital intelectual nas DF anuais, antes de se poder "navegar" com esta nova criação de valor empresarial. Meer-Kooistra e Zijlstra (2001) alegam problemas de incorporação de um reporte do capital intelectual nas DF tradicionais, defendendo a existência de um relatório externo (uniformizado e objetivo) e um interno (não enquadrado em orientações específicas). Na opinião de Brooking (1997) alguns aspetos do capital intelectual têm que figurar no Balanço para que todos os possam conhecer. Considera, no entanto, que se deveria "abrir" o conteúdo do *goodwill*, dada a sua propensão para crescer, pois seria contraditório ter metade das contas classificadas por categorias e outra metade amontoada numa só categoria (como uma "gaveta de alfaiate"[14]), a qual seria valorizada segundo métodos *ad hoc* e sujeita a influências das forças de mercado. A mesma opinião tem Rodrigues (2006) ao alertar para a necessidade de mudança de paradigma teórico no entendimento de alguns intangíveis, nomeadamente do *goodwill*, impondo um reconhecimento mais pleno dos ativos intangíveis, que passaria por uma desagregação do *goodwill* de acordo com os seus elementos integrantes, permitindo uma maior qualidade da informação divulgada nos relatos financeiros consolidados. Debate-se, segundo Gómez Rodríguez (2003), no que diz respeito à valorização dos ativos, se estes refletem o valor do seu benefício económico futuro e deteta-se a incapacidade das DF refletirem as diferenças na incerteza dos gastos e benefícios futuros dos diferentes ativos que possui. Neste contexto, segundo a autora, deveria haver informação complementar às DF, para que as empresas refletissem mais claramente o seu valor de mercado e a sua fonte geradora de valor[15]. Rodrigues (2011) defende a existência de uma DF complementar ao tradicional Balanço patrimonial com bases de mensuração que permitissem reconhecer, mensurar e divulgar ativos intangíveis numa perspetiva mais arrojada[16]. Salienta que esta solução teria a vantagem de não tornar as contas tradicionais num *mix* de valores sem coerência por adotarem bases de mensuração diferentes,

[14] Tradução de "cajón de sastre" (Brooking, 1997, p. 218).
[15] Lopes (2010) concluiu, para o setor de aviação civil, a necessidade de um relatório de informação de intangíveis complementar ao tradicional sistema de divulgação contabilística para uma melhoria na informação para a gestão neste setor de atividade específico. A este respeito ver também Lopes (2011).
[16] Considerando que, em casos mais complexos, fosse necessário complementar a informação financeira divulgada com informação de caráter não financeiro.

possibilitando também relatar informação mais relevante, sem que se reduzisse a fiabilidade. A autora acrescenta que uma solução destas não chocaria com os princípios mais clássicos ou tradicionais da contabilidade, permitiria, isso sim, a divulgação de novas DF subjacentes a realidades mais imprecisas, mas, talvez, menos fictícias.

Passada mais de uma década, ainda hoje se debate o que Petty e Guthrie (1999, 2000) consideravam o grande desafio de estabelecer um consenso sobre a necessidade de divulgar, o que divulgar e como divulgar. Sujan e Abeysekera (2007) e Whiting e Woodcock (2011) consideram que, para que se ultrapasse esse desafio e se implemente um relatório do capital intelectual uniforme e consistente é necessária uma imposição normativa. Mouritsen (2006) refere que o conhecimento é um recurso organizacional instável, não podendo, por isso, ter uma solução estável. Isso significaria que um relatório do capital intelectual deve poder ser desenhado de forma diferente ao longo do tempo, pois esta incerteza irredutível pode ser contornada através de narrativas, mas nunca pode ser resolvida. Assim mesmo, o autor defende que o relatório do capital intelectual deve obedecer a regras e princípios internos e não pretender ser capaz de incluir toda a realidade para o exterior. Mouritsen *et al.* (2004) apresentam um modelo de relatório do capital intelectual que é composto por quatro elementos que, conjuntamente, representam a análise ao capital intelectual de uma organização. O primeiro elemento é composto por uma narrativa do conhecimento, ou seja, uma descrição dos recursos do conhecimento necessários à criação de valor, o segundo descreve os desafios da gestão do conhecimento ou o modelo de negócios do conhecimento, o terceiro elemento identifica as iniciativas a considerar na gestão do conhecimento e o quarto elemento deverá incluir indicadores que monitorizam se as iniciativas foram praticadas e os desafios de gestão cumpridos. Cañibano e Sánchez (2009) defendem, baseados em propostas da Comissão Europeia, um modelo de relatório do capital intelectual, que, embora aplicado a universidades, poderá ser a base para outras indústrias. O relatório seria composto de três partes em que a primeira seria dedicada à apresentação da organização e dos seus objetivos e estratégias, assim como, dos principais *drivers* para os alcançar. A segunda parte centrar-se-ia na descrição dos recursos intangíveis e nas atividades prioritárias para os desenvolver ou melhorar e, por fim, uma terceira parte mais específica acerca da aplicação de um sistema de indicadores que permitam uma avaliação interna e externa do desempenho atual da organização e simultaneamente estimar o seu futuro desempenho. Rodrigues (2011), embora não apresentando um modelo para a divulgação da DF complementar que defende, sugere que a divulgação das informações adicionais dessa DF deve ser apresentada no Anexo com as condições e pressupostos subjacentes aos cálculos dos valores dos ativos intangíveis, permitindo aos seus utilizadores disporem de informação mais completa e mais relevante.

No âmbito da contabilização e divulgação de intangíveis, partilhamos a opinião de Gray (1988), citado por Ollier (2006), o qual refere que a contabilização se baseia na "propensão para a prudência" e a sua divulgação na "propensão para o segredo", confirmando assim, que a informação acerca dos ativos intangíveis não é, de forma alguma, suficiente e que isso se deve à sua dependência das normas em vigor, que embora atuais são, neste âmbito, muito conservadoras ao não acompanhar a evolução para uma "Contabilidade Global"[17].

Muitas mais posições e particularidades são encontradas na literatura existente sobre o tema, certo é que, um relatório do capital intelectual serviria não só a função de aproximação da informação que os utilizadores internos e externos têm sobre a empresa, como serviria de uma importante ferramenta de gestão[18]. Nielsen e Madsen (2009) consideram que o relatório do capital intelectual está relacionado com o objetivo de reforçar a transparência das instituições**.** Consideram, no entanto, que a divulgação voluntária terá, cada vez mais, as restrições do tempo e da racionalidade da informação pela gestão, alegando poder existir uma "tirania da transparência" na divulgação voluntária do capital intelectual.

O que nos parece mais razoável quanto à divulgação é que, não será no curto prazo que se conseguirá um relato incluído nas DF, pela falta de um sistema consensual de medição do capital intelectual, mas que, seria um passo gigantesco se as empresas elaborassem um relatório complementar às DF anuais. Esse relatório poderia ser normalizado para as informações de caráter financeiro, tendo um caráter mais flexível para as informações de natureza não financeira, muito embora padronizado através de guias de orientação.

Consideramos relevante, tal como Rodrigues (2011), o interesse da comunidade científica na prossecução de estudos abrangentes acerca da temática da preparação de informação complementar ao tradicional relato financeiro, mais do que a polémica discussão do reconhecimento contabilístico dos ativos intangíveis. A investigação deverá, assim, continuar a atribuir relevância à divulgação do capital intelectual quer esta seja siga uma tendência de inclusão da divulgação do capital intelectual nas DF anuais ou num relatório complementar, certo é que, a obtenção de riqueza, gerada essencialmente pela utilização do conhecimento, necessita ser medida e relatada para que não escasseie a informação e enfraqueça a confiança, pois como refere Stewart (1999, p. 83) "o capitalismo intelectual precisa desesperadamente de uma linguagem prática (…) caso contrário atolar-se-á no território movediço da verbosidade sem sentido".

[17] Termo usado por Stahel (2004) e Figueras (2004), aplicando este último também o termo "Contabilidade relacional".

[18] Os modelos de Kaplan e Norton (1992); Brooking (1996); Sveiby (1997) e Edvinsson (1997) foram pioneiros na apresentação de modelos de relato do capital intelectual numa perspetiva de gestão, os quais, segundo Meer-Kooistra e Zijlstra (2001), são modelos que tentam relatar as atividades e processos das estratégias organizacionais.

2 – Principais teorias subjacentes aos trabalhos desenvolvidos sobre a divulgação do capital intelectual

A teoria económica marcou a investigação em contabilidade até à década de 70, nomeadamente as vertente normativa e positivista[19] (Vieira, 2009). Neste âmbito destacam-se a teoria de agência (Ross, 1973 e Jensen e Meckling, 1976), a teoria positiva da contabilidade (Watts e Zimmerman, 1978), a teoria da sinalização (Spence, 1973), a teoria de *proprierty costs*; a teoria "*discretionary disclosure theory*" ou "*competition theory"* (Verrecchia, 1983 e Dye, 1986) e a teoria "*resource-based view of the firm*" (Penrose, 1959 e Barney, 1986). Abordagens alternativas surgiram mais recentemente ao desenvolver a perspetiva positivista para o âmbito das ciências sociais: teoria da legitimidade (Suchman, 1995e Deegan, 2002); teoria dos *stakeholders* (Freeman, 1994 e Donaldson e Preston, 1995); teoria da dependência dos recursos (*dependence resources theory*) (Ulrich e Barney, 1984 e Medcof, 2001) e teoria institucional (DiMaggio e Powell, 1983).

Embora todas estas teorias tenham, de alguma forma, sido aplicadas em estudos de divulgação de informação sobre o capital intelectual, nenhuma delas consegue explicar, por si só, esse fenómeno, sendo aconselhável a sua articulação. Assim, no âmbito das teorias económicas destacamos a teoria da agência desenvolvida por Ross (1973) e Jensen e Mackling (1976), a qual tem sido um dos mais importantes paradigmas teóricos em contabilidade nos últimos 25 anos (Lambert, 2007). A teoria da agência surge pelo facto de o desenvolvimento económico resultar numa separação organizacional da propriedade e controlo, sendo, por isso, necessária a nomeação de "agentes" para que lhes seja confiada a delegação de algum poder decisório. A atuação destes agentes deverá ser no interesse dos proprietários, passando a existir uma relação racional entre o principal e o agente pelo facto de este agir na organização em nome do principal e ter poderes de autoridade na tomada de decisões[20]. Deste modo, existe um relacionamento de agência quando a entidade delega noutras pessoas (os agentes) a sua autoridade e poder de decisão para a execução de um serviço em seu nome (Ross, 1973 e Jensen e Mackling, 1976).

Palmer (1973) refere que se operou, de 1961 a 1969, um aumento significativo na separação da propriedade e do controlo nas grandes organizações industriais americanas, facto que levou a que diversos estudos fossem desenvolvidos acerca dessa temática[21]. Ainda antes deste período era já clara a distinção entre os principais intervenientes no âmbito desta conjetura: os detentores do capital ou proprietários (o principal) e o administrador/gerente ou gestor (o

[19] A vertente normativa tem por objetivo prescrever, ajudando o mundo empresarial a alcançar resultados ou condições ótimas. A vertente positivista, predominante em contabilidade, explica e prevê, ou seja, permite compreender melhor o fenómeno em estudo para o explicar e prever (Vieira, 2009).
[20] O tradicional paradigma em economia financeira é que os agentes são totalmente racionais (Lasfer, 2006).
[21] Nomeadamente os de Monsen e Downs (1965); Monsen *et al.* (1968); Vernon (1971); Sorensen *et al*., (1974); Smith (1976), entre outros.

agente)[22]. Means (1931, p. 69) clarifica que "os proprietários distinguem-se principalmente pelo facto de estarem em posição para gerir uma empresa ou delegar a sua gestão e receber quaisquer lucros ou benefícios que daí poderão advir. Os gestores, por outro lado, operam na empresa, presumivelmente no interesse dos proprietários. A diferença entre proprietários e gestores é assim, em parte, entre posição e ação", ou seja, entre "interesse e poder". Refere ainda que como o sistema operacional divorciou o controlo do trabalho, o sistema organizativo divorciou o controlo da propriedade, acrescentando que o controlo nem sempre é efetivado pela simples existência do gestor, podendo ser também através das regras ditadas pelos proprietários para a gestão efetuada por esse gestor[23].

A definição apresentada por Shankman (1999, p. 321) vai no mesmo sentido ao referir que "a teoria da agência coloca o seu foco na relação de agência, na qual um ator ou grupo (o agente) tem certas obrigações que devem ser cumpridas para um outro ator ou grupo (o principal) em virtude da sua relação económica. O mecanismo subjacente com que esta relação é articulada é em termos de um contrato entre o principal e o agente". Nesta relação, o principal tem como funções fornecer capital, assumir um grau de risco e promover incentivos, enquanto as funções do agente são tomar decisões em nome do principal e suportar o risco (Lambert, 2007).

Esta teoria tem como pressupostos básicos:

1) existirem conflitos entre os interesses ou objetivos do principal e do agente, e

2) ser difícil ou dispendioso para o principal verificar as ações do agente (Eisenhardt, 1989; Shankman, 1999).

Assim, no âmbito desta teoria os agentes não são confiáveis ao considerar-se que atendem aos seus próprios interesses e motivações nomeadamente para maximizar as suas próprias utilidades (em termos de salários e incentivos[24]), existindo igualmente esta divergência em relação ao risco (problema da partilha do risco "*risk sharing*") (Watts e Zimmerman, 1979; Eisenhardt, 1989 e Shankman, 1999)[25].

A assimetria da informação e do conhecimento entre o agente e o principal é, assim, um problema de agência[26]. Porque as relações de agência são conflituantes (conflitos de agência) e relativamente inacessíveis de vigiar e autocontrolar, a teoria da agência dita que o principal tentará ultrapassar a assimetria da informação de que padece, com a instalação de sistemas de

[22] Essencialmente nos trabalhos de Means (1931) e Gordon (1940).
[23] O autor assemelha ainda esta situação à de um banco poder determinar as políticas de uma organização que tem um nível de endividamento significativo.
[24] Shapiro (2005) considera, no entanto, que os incentivos funcionam de maneira diferente em diferentes agentes. A este respeito ver também Bilimoria (1989).
[25] Monsen e Downs (1965) referem que o conflito de objetivos entre os proprietários e os gestores existe por causa da assimetria entre riscos e recompensas.
[26] Segundo Eisenhardt (1989) a informação é uma matéria adquirível, no entanto, a possível falta de confiança entre proprietários e gestores levará a que seja questionável a credibilidade dessa informação.

informação para monitorizar os agentes, tendo este acompanhamento um papel relevante no âmbito desta teoria. No entanto, muitas das formas concebidas para monitorizar relacionamentos de agência são eles próprios relacionamentos de agência, o que leva a questionar acerca de quem monitoriza os que monitorizam (Shapiro, 2005).

Desta divergência de interesses/motivações e assimetrias de informação podem resultar custos substanciais, denominados custos de agência (*agency costs*) os quais tendem a reduzir o bem-estar do principal. Se todas as experiências de relações de agência incorrem em custos, estes avolumam-se quando existe uma separação entre a propriedade de uma organização e o seu controlo, o que obriga a que as mesmas adotem sistemas com vista à monitorização ou controlo do comportamento do agente e adaptar os seus mecanismos de governação de forma a alinhar os seus interesses aos do principal. O objetivo é assim, garantir que os agentes sirvam os interesses dos principais minimizando custos de agência (Shankman, 1999 e Shapiro, 2005).

Jensen e Mackling (1976) categorizam os custos de agência em:

• custos de acompanhamento: que correspondem às despesas incorridas pelo principal para limitar as atividades oportunistas do agente;

• custos de ligação: despesas incorridas para que se assegure que o agente não empreende ações que não são do interesse do principal; e,

• perda residual ("*residual loss*"): devido à subotimização pelo agente do objetivo de maximização do bem-estar do principal.

Shapiro (2005) considera que os mais importantes custos de agência para o principal resultam do facto de o agente não dar ao principal aquilo que ele quer e também da denominada "ação oculta", que representa o que o principal não sabe acerca do agente[27]. Para o agente, os custos resultam de demonstrar o compromisso que mantém com o principal de forma a convencê-lo de que prossegue os objetivos contratados decorrentes da relação de agência (Shankman, 1999 e Rodrigues, 2006)[28]. Fama e Jensen (1983) analisam o papel do mercado e de mecanismos organizacionais para minimizar os conflitos de agência e melhor gerir o alinhamento dos interesses. Em termos de mecanismos organizacionais, a existência de sistemas de remunerações e incentivos para os agentes, a política de dividendos, a composição do conselho de administração, a existência de administradores e auditores independentes, a concentração de

[27] Os conflitos entre os interesses do agente e do principal são o último dos problemas do agente, sendo dos maiores problemas do principal (Shapiro, 2005). A este respeito ver também Acemoglu (1998).

[28] Jensen e Meckling (1976) referem a fuga; a excessiva atribuição de regalias e o envolvimento em maus investimentos como os principais conflitos de agência. Eisenhardt (1989) refere-se aos problemas de seleção adversa (*adverse selection*) (a adoção de decisões diferentes das estabelecidas contratualmente) e risco moral (*moral hazard*) (a possibilidade de os agentes não aplicarem os seus melhores esforços ou a não execução das tarefas), como sendo os mais relevantes conflitos de agência. Shapiro (2005) especifica fontes de custos de agência como custos de recrutamento; seleção adversa; especificação de preferências; atribuição de incentivos; risco moral; rescisão; usurpação; autonegociação; corrupção; monitorização e vigilância; autorregulação; ligação; agentes que supervisionam a agentes, bem como custos de correção de falhas nos dispositivos.

propriedade em grandes acionistas e a estrutura de gestão são alguns exemplos de mecanismos eficazes para tentar ajustar os interesses entre agentes e proprietários (Jensen e Meckling, 1976; Bathala e Rao, 1995; Cohen *et al*., 2008 e Gürünlü, 2009)[29].

Na base desta teoria supõe-se que a organização é reduzida a duas pessoas: o principal e o agente, no entanto, numa perspetiva mais abrangente do contexto organizacional, esta teoria é vista como um conjunto de relações contratuais existentes na organização, ou seja, relacionamentos de agência não implicam que haja apenas um principal (e que este seja o proprietário do capital) e um agente, mas existem vários relacionamentos entre os proprietários dos diferentes fatores de produção (Jensen e Mecklin, 1976; Hill e Jones, 1992 e Shankman, 1999). Também Shapiro (2005) considera que a teoria da agência é acima de tudo uma relação entre indivíduos e por isso considera curioso que sendo o pressuposto do relacionamento de agência a atuação de alguém em nome de outro (concetualização profundamente ligada à sociologia), a mesma não abra uma brecha à literatura sociológica. O autor considera ainda que não deverá ser apenas a formulação económica a prevalecente na teoria de agência, mas também deverá ser considerado o âmbito das ciências sociais que lançam luz sobre os relacionamentos de agência. Para Shankman (1999) a luta a considerar é entre a perspetiva económica e a ética, pois os pressupostos sobre o comportamento humano e a motivação implícita na teoria da agência são contraditórios. Argumenta que as teorias da empresa devem manter um mínimo de moral implícito que inclui certos direitos e princípios fundamentais no comportamento humano, o que pode muito bem exigir que teorias tradicionais da empresa possam ser modificadas ou mesmo reconsideradas. Para Fontrodona e Sison (2006) a teoria da agência assume uma metodologia de individualismo, ou seja, o ser humano como um indivíduo desprovido de qualquer dimensão social. Os autores preferem avaliar os pressupostos da teoria da agência e a sua aplicação à empresa do ponto de vista da antropologia filosófica, chamando-lhe o modelo humanístico, no qual analisam o ser humano como pessoa de natureza individual e social. Donaldson e Davis (1991) e Muth e Donaldson (1998) contestam a teoria da agência (com origens em finanças e economia), pela *stewardship theory* que é derivada das disciplinas de sociologia e psicologia. Esta teoria é oposta à teoria da agência, ao considerar a honestidade e

[29] Fama e Jensen (1983) defendem que o conselho de administração é um importante mecanismo de controlo organizacional, ratificando e monitorizando as políticas mais importantes, ou seja, contratar, despedir e definir a remuneração dos gerentes de topo, cabendo a estes as funções de decisão. Cohen *et al*. (2008) referem que o conselho de administração pode também monitorizar ao elaborar relatórios para o proprietário (os acionistas), no entanto, mais do que controlar, o conselho de administração deve ser um parceiro para gestão que ajuda definir políticas eficazes e estratégias para a empresa. O principal atributo dos membros do conselho de administração na perspetiva da agência é a independência do administrador/gestor e especialização em vigilância e controle. A este respeito ver também, entre outros, Watson e Wilson (2005) e, He e Sommer (2010).

não a oportunidade na gestão, atendendo os diretores ao crescimento da organização e tomando decisões eficientes e eficazes[30].

Ao alargar as relações existentes entre os proprietários dos diferentes recursos, a teoria dos *stakeholders* oferece uma visão mais abrangente das organizações do que a "teoria do acionista" (Shankman, 1999). Freeman e Evan (1990) reconhecem a importância de outras entidades (além dos acionistas) constituintes de uma organização, tornando o conceito de *stakeholders* no *status* desta teoria. Desta forma, s*takeholders* são qualquer grupo ou pessoa que afeta ou é afetado pela realização dos objetivos de uma organização, ou seja, qualquer grupo de que a organização precisa para existir (Freeman, 1994 e Dunham *et al*., 2006). Clarkson (1995) distingue *stakeholders* primários, que são aqueles cuja sobrevivência da organização depende sua participação: acionistas, trabalhadores, clientes, fornecedores, etc., e *stakeholders* secundários, aqueles que não são essenciais para a sobrevivência da organização, mas que a influenciam ou são por ela influenciados, sem que hajam, no entanto, transações diretas: meios de comunicação e outros grupos de interesse especial. Smith *et al*. (2005) acrescentam que a abordagem da sobrevivência a longo prazo e o sucesso da organização exige o apoio de todos os seus *stakeholders*, ou seja, um diálogo entre a gestão de uma organização e os seus públicos de interesse. Phillips *et al.* (2003) consideram que "o termo *stakeholder* é poderoso" pelas obrigações existentes perante um número mais alargado de partes envolvidas e Deegan (2002) atribuem diferentes poderes a diferentes *stakeholders* pela capacidade de cada um em influenciar as atividades da organização[31]. Parmar *et al.* (2010) referem que foi a incerteza e a mudança operada nas organizações que atribuíram esses diferentes poderes aos *stakeholders*. Acrescentam (p. 404) que "nos últimos trinta anos um crescente número de estudiosos e profissionais têm vindo a experimentar conceitos e modelos que facilitam a nossa compreensão da complexidade dos desafios dos negócios de hoje" mas que, o impacto da teoria dos *stakeholders* nas disciplinas de negócios será determinado mais pelos estudos dos próximos trinta anos do que pelo trabalho que já foi feito.

A falta de especificidade em torno da identidade da "comunidade" (*stakeholders*) é um obstáculo à definição e desenvolvimento desta teoria e sua adoção plena na prática dos negócios ("problema da comunidade") (Dunham *et al.*, 2006). Estes autores consideram também que a teoria dos *stakeholders* ou "*stakeholders thinking*" surgiu como uma nova narrativa para entender e resolver três problemas interconectados de negócios: o problema de compreender a criação de valor; o problema de conexão da ética com o capitalismo e o problema da gestão dos dois problemas anteriores. Estes problemas não têm efeitos apenas numa teorização da gestão,

[30] Ver acerca da contraposição desta teoria com a teoria da agência Dicke e Ott (2002); Fox e Hamilton (1994); Davis *et al.* (1997); Arthur e Busenitz (2003) e, Eddleston e Kellermanns (2007).
[31] Neu *et al.* (1998) provaram empiricamente que os grupos financeiros (*finantial stakeholders*) e os reguladores governamentais são grupos mais importantes que os grupos ambientalistas.

mas numa variedade de disciplinas. Parmar *et al*. (2010) corroboram da falta de identidade da teoria dos *stakeholders* ao vê-la como um "*framework*", isto é, um conjunto de ideias que podem resultar em teorias. Os autores associam a teoria dos *stakeholders* a um género da teoria de gestão (*management theory*) e da teoria moral e ética, ou seja, uma forma moralmente rica e praticamente útil para a articulação de diversas disciplinas. Também Donaldson e Preston (1995) consideram a teoria dos *stakeholders* como uma teoria moral e Jones (1995) refere-se a esta teoria como a síntese do conceito de *stakeholders* baseada nos fundamentos da teoria económica inseridos na ciência comportamental e ética.

A teoria dos *stakeholders* é muitas vezes vista como uma extensão da teoria da agência, ao alargar-se o âmbito das relações agente/proprietário para um conjunto de relações existentes nas organizações. Como referem Hill e Jones (1992) poder-se-á dizer que uma teoria *stakeholders*-agência tentaria descrever as ações dos *stakeholders* em termos das suas relações de agência. Já Shankman (1999) analisa a incorporação da teoria da agência num modelo geral da teoria dos *stakeholders*, alegando que a teoria da agência é uma forma limitada da teoria de *stakeholders*. Considera ainda que esta teoria é o resultado necessário da teoria da agência e, portanto, é uma maneira mais adequada para conceituar teorias da empresa.

A teoria da sinalização foi desenvolvida por Akerlof (1970)[32] e baseia-se na perceção da qualidade, na incerteza e na interpretação de sinais. Segundo esta teoria os vendedores dos produtos de maior qualidade terão incentivos para enviar um sinal para o mercado sobre essa qualidade com o objetivo de valorizar o produto e aumentar o seu preço. A sinalização deriva da assimetria da informação nos mercados (pela maior informação que o vendedor tem em relação ao comprador) e da necessidade de melhorar a perceção desses mercados acerca da qualidade do que se pretende sinalizar (Spence, 1973). Da mesma forma, as organizações optarão por políticas de divulgação que exponham a sua "qualidade", no entanto, a não divulgação de determinada informação poderá também ser interpretada como um sinal para o mercado (Campbell *et al.,* 2001). A teoria da sinalização justifica uma maior propensão à divulgação por parte das organizações mais rentáveis para evitar a desvalorização das suas ações, para justificar as suas posições atuais e acordos de compensação e para aumentar a confiança dos investidores (Oliveira *et al*., 2006; Aljifri e Hussainey, 2007 e Gallery *et al.*, 2008). Assim, as organizações divulgarão todas as caraterísticas que as distinguem positivamente das demais, de forma a maximizar os seus próprios interesses (Campbell *et al.*, 2001). A divulgação voluntária pode também servir para sinalizar que os agentes atuam nos interesses dos acionistas (Barako *et al*., 2006 e Darus *et al*., 2008).

[32] O qual designou por teoria do mercado dos limões ("*Lemon market theory*").

Também baseada na assimetria de informação e na incerteza, a teoria *proprietary costs* realça o impacto da divulgação de informação no mercado de capitais. Esta teoria assenta no pressuposto de que, fruto da assimetria de informação, a divulgação pode originar mercados mais ou menos líquidos e que maior (menor) liquidez, por sua vez, determina um menor (maior) custo de capital, ou seja, maior divulgação resulta geralmente em mercados de capitais mais líquidos. Deste modo, na ausência de custos relacionados com a divulgação, as organizações têm incentivos para divulgar voluntariamente informações relevantes para o mercado e a existência de elevados custos propicia a retenção de informação[33]. Na perspetiva do mercado de capitais, a não divulgação de informações pode também ser interpretado como "más notícias" ou então apenas porque essa informação não é suficientemente boa que justifique incorrer em custos relacionados com a sua emissão, levando o mercado a reagir menos negativamente do que reagiria na ausência de tais custos (Verrecchia, 1983, 1999). Assim, o incentivo de divulgação de determinado tipo de informação será ponderado pela relação custo/benefício acerca da extensão e natureza da informação, isto porque o mercado de capitais avalia com mais precisão o valor da organização mas, ao mesmo tempo, esta pode comprometer a sua posição competitiva ao fornecer determinadas informações ao mercado. Desta forma, a divulgação de informações relevantes e credíveis reduz a assimetria da informação e atrai investidores, melhorando a eficiência do mercado de capitais por via de uma maior transparência (Singh e Van der Zahn, 2007), podendo, no entanto, os concorrentes retirarem vantagens competitivas à organização e fazê-la incorrer em custos de capital (Yau *et al.*, 2009)[34]. Os incentivos à emissão de informação voluntária para o mercado para a prossecução de benefícios económicos é também indicado na teoria da sinalização e na teoria de agência, no entanto, a contribuição incremental da teoria de *proprietary costs* é que esta considera explicitamente os custos relacionados com a divulgação, provando que eles podem ser tão significativos que não compensem os benefícios e, consequentemente, desencorajando a divulgação. Esta teoria torna claro que os custos devem ser considerados declaradamente para melhor compreender as políticas de divulgação das organizações (Prencipe, 2004).

A consideração da mudança no ambiente institucional faz repensar as possibilidades oferecidas pelo mercado e as vantagens que terá uma maior exposição ao mesmo. Desta forma, a teoria institucional serve para entender as políticas empresariais em períodos de ambiguidade e em ambientes de incerteza (Cohen *et al.*, 2008). Parsons (1956, p. 238) apresenta uma definição de organização enquadrada no sistema social a qual reflete a atualidade desse conceito: "Uma

[33] Segundo Schiemann *et al.* (2011) na teoria da divulgação há a perceção pelas empresas de uma ponderação entre benefícios e custos na divulgação.

[34] Como refere Verrecchia (1999) o mercado de capitais pode atingir maior profundidade de liquidez pela "divulgação integral" onde há uma negociação sem restrições, no entanto, isto pode acarretar custos de capital à sociedade divulgadora.

organização é um sistema social que é organizado para a realização de um determinado tipo de objetivo. A realização desse objetivo é, ao mesmo tempo, o desempenho de um tipo de função por um sistema mais alargado: a sociedade". Assim, as organizações operam na sociedade através de um "contrato social"[35]. Esse contrato legitima a realização de várias ações socialmente desejadas em troca da aprovação dos seus objetivos e da sua sobrevivência e crescimento, ou seja, "a sobrevivência de uma organização será ameaçada se a sociedade perceber que a organização violou o contrato social" (Deegan, 2002, p. 293), acrescentando que as "cláusulas" do contrato não são conhecidas com precisão, mas cada gestor tem a sua perceção acerca dos "termos" do mesmo.

A teoria institucional apresenta-se, assim, como uma teoria dinâmica dado que enfatiza quais os mecanismos organizacionais a adotar que, mediante as pressões institucionais, ajudem a legitimar as ações de uma organização, servindo, segundo Yau *et al*. (2009), para explicar a criação de estruturas formais ou burocráticas nas organizações para melhorar as suas perspetivas de legitimidade e sobrevivência[36]. Deste modo, a envolvente institucional exerce pressões sobre a organização para que esta justifique as suas atividades e *outputs*. Estas pressões poderão motivar as organizações a demonstrarem a sua imagem de reputação ou simplesmente provar que cumprem as normas vigentes no ambiente institucional (Oliver, 1990). Isto reflete uma implicação direta do "isomorfismo" na existência das organizações[37]. Segundo DiMaggio e Powell (1983) as instituições tornam-se similares ao longo do tempo através de um processo institucional de isomorfismo que as mesmas adotam a fim de se tornarem similares às que estão à sua volta. Desta forma, as organizações mudarão as suas estruturas ou operações conforme as expetativas externas acerca das formas ou sistemas aceites ou legítimos.

A perspetiva dinâmica da teoria institucional impõe um grau de dinamismo à teoria da legitimidade dado que esta auxilia no alcance de três objetivos: ganhar legitimidade, manter legitimidade e reparar a legitimidade (Suchman, 1995). A perceção de legitimidade quer seja no sentido de aquisição ou reaquisição ou no sentido da sua manutenção, apenas será alcançada

[35] Shocker e Sethi (1973, p. 97) apresentam a seguinte definição de contrato social: "Qualquer instituição (...) opera na sociedade por via de um contrato social, expressamente ou implicitamente, segundo o qual a sua sobrevivência e crescimento se baseia: 1) na entrega de algo socialmente desejável para a sociedade em geral e, 2) na distribuição de benefícios económicos, sociais ou políticos para grupos da qual deriva o seu poder". Acrescentam ainda que " numa sociedade dinâmica nem as fontes de poder institucional nem as necessidades dos seus serviços são permanentes. Por isso, uma instituição deve constantemente satisfazer os requisitos de legitimidade e relevância, demonstrando à sociedade que exige os seus serviços, que os grupos que beneficiam das suas retribuições têm aprovação da sociedade".

[36] De acordo com Meyer e Rowan (1977) as organizações sobrevivem não apenas pelo facto de serem tecnicamente eficientes, mas também pelo cumprimento de conformidades com um conjunto de regras gerais de comportamento ou normas sociais de práticas aceitáveis que lhes permitem atingir legitimidade no ambiente institucional.

[37] O isomorfismo opera-se em três direções: coercivo, normativo e mimético. O isomorfismo coercivo é o resultado de pressão regulamentar externa para uma convergência organizacional (através de leis e regulamentos); o isomorfismo normativo sugere uma convergência através da socialização (através de reconhecimentos de organizações de profissionais) e o isomorfismo mimético é função de uma incerteza no ambiente que a rodeia, não havendo qualquer orientação formal, o que faz com que a organização tenha uma atitude de " imitação" das que são mais fortes e bem-sucedidas (DiMaggio e Powell, 1983).

com a informação necessária para esse fim, ou seja, a informação social divulgada pela organização servirá para a sociedade avaliar que a organização é um "bom cidadão corporativo" (Guthrie e Parker, 1989; Gray *et al.*, 1995; Tsang, 1998 e Deegan, 2000). Acresce que nenhuma estratégia reparadora implementada pela organização para ter efeito nos grupos externos terá impacto sem que seja acompanhada de divulgação (Cormier e Gordon, 2001 e Deegan, 2002). Assim, a divulgação de informação à sociedade legitima a sua atividade, sendo a legitimidade um "julgamento social de aceitação" (Zimmermen e Zeitz, 2002) ou uma demonstração de "mérito social" (Oliver, 1990)[38].

Suchman (1995, p. 574) define legitimidade como sendo "a perceção generalizada ou suposição de que as ações de uma entidade são desejáveis, adequadas ou apropriadas dentro de um sistema social construído por normas, valores, crenças e definições". As organizações são legítimas na medida em que as suas atividades são congruentes com os objetivos da sociedade, sendo a legitimidade o resultado dessa consonância entre valores e normas sociais (Parsons, 1956 e Dowling e Pfeffer, 1975). Leis e regulamentações são fontes de legitimidade das organizações perante o meio envolvente (Scott, 1981). Legitimidade e normas e valores sociais restringem as ações tomadas individualmente pelas organizações. A legitimidade é, assim, uma restrição em todas as organizações (Dowling e Pfeffer, 1975), fazendo depender a sua existência do cumprimento das suas obrigações sociais (Samkin e Schneider, 2010). Desta forma, a legitimidade existe objetivamente, mas foi criada subjetivamente (Suchman, 1995).

Se o argumento de contrato social é aceite, há uma necessidade de dados a serem recolhidos, analisados e divulgados, para habilitar a sociedade a avaliar o desempenho da organização em áreas que não apenas a informações acerca dos resultados e do património, ou seja, a noção de contrato social fornece uma base sólida para alargar o campo da contabilidade (Mathews, 1995). A teoria da legitimidade tem uma multifacetada aplicabilidade associada a diferentes contextos e diferentes problemas, sendo fundamental analisar uma determinada ocorrência através de mais que uma forma de manifestação ou perspetiva com que se apresenta (Deegan *et al.*, 2002 e O´Donovan, 2002)[39].

Existem duas vertentes pelas quais os teóricos invocam o conceito de legitimidade: a perspetiva estratégica e a perspetiva institucional. A abordagem estratégica serve uma ótica de exposição social, de uma imagem de reputação e das competências organizacionais (ou seja, uma visão para "fora") e a abordagem institucional da teoria da legitimidade serve uma ótica de satisfazer

[38] Também a noção de um "contrato social" está presente na teoria dos *stakeholders* e na teoria institucional (ver Gray *et al.*, 1995 e Mathews, 1995, 2000), sendo estas teorias as mais relevantes no âmbito da divulgação de informação do capital intelectual.

[39] No entanto, Archel *et al*. (2009) concordam com outros autores na asserção de que a teoria da legitimidade é subdesenvolvida por não responder à forma de como os negócios e mais genericamente o capitalismo respondem a procuras de desenvolvimento sustentável.

as expetativas da sociedade no âmbito do seu desempenho, funcionamento e cumprimento interno (ou seja, uma visão para "dentro") (Suchman, 1995). A abordagem estratégica da teoria institucional é explorada através da perspetiva baseada em recursos (*Resouces Based View* - RBV). A teoria RBV foi desenvolvida por Penrose (1959) pela ideia de que nas organizações se avolumam ativos humanos e relações, cuja finalidade é a maximização dos "recursos produtivos" pela participação de todos os *stakeholders* ("teoria do crescimento das organizações"). A RBV argumenta que as empresas possuem recursos que lhes permitem obter vantagem competitiva levando a um desempenho sustentável. Esta perspetiva de crescimento de Penrose é contrária a uma perspetiva de sobrevivência presente no estudo de Fama e Jensen (1983). Penrose (1959) contrapõe a "economia do tamanho" à "economia do crescimento", ou seja, uma oposição entre uma visão de puro tamanho com uma visão de melhor emprego e maximização dos "recursos produtivos".

A abordagem institucional da teoria da legitimidade canaliza os esforços numa perspetiva de fornecer à sociedade a informação que ela necessita, ao passo que na abordagem estratégica, a entidade tem necessidade de divulgar as suas ações da maneira mais favorável possível aos diversos *stakeholders*. Desta forma, Suchman (1995) considera que a perspetiva institucional da teoria da legitimidade menospreza o conflito de agência e o conflito gerente-*stakeholders*.

Estudos de divulgação do capital intelectual usaram como fundamentação teórica perspetivas no âmbito das teorias económicas[40] e outros alicerçaram tais estudos no âmbito de teorias sociais[41]. Outros ainda provaram uma necessidade de aplicação complementar de teorias económicas com a vertente positivista no âmbito das ciências sociais, como alicerce teórico no estudo de divulgação do capital intelectual, ao aplicar conjuntamente teorias de âmbito económico e de âmbito social[42]. Qualquer que seja a fundamentação teórica aplicada nos estudos de divulgação de informação do capital intelectual, o importante é o relevo, o rigor, a transparência, a credibilidade e a compreensibilidade que influenciam a quantidade e a qualidade das informações divulgadas.

[40] Williams (2001); Bontis (2003); Gandía (2003); Gómez Rodríguez (2003); Abeysekera e Guthrie (2005); Vergauwen e van Alem (2005); Bukh *et al.* (2005); García-Meca e Martínez (2005); García-Meca *et al.* (2005); García-Meca (2005); Bozzolan *et al*. (2006); Li *et al.* (2006, 2008); Lee *et al*. (2007); Cerbioni e Parbonetti (2007); Pedrini (2007); White *et al*. (2007); Abeysekera (2007); Singh e Van der Zahn (2007); García-Meca e Martínez (2007); Kristandl e Bontis (2007); Sonnier (2008); Singh e Van der Zahn (2008); Orens *et al*. (2009); Singh e Van der Zahn (2009); Sonnier *et al.* (2009); Cormier *et al.* (2009); Brüggen *et al.* (2009); Abeysekera (2010); Anam *et al.* (2011) e, Hidalgo *et al*. (2011).

[41] Guthrie *et al.* (1999); Guthrie e Petty (2000); Cuganesan (2006); Guthrie *et al.* (2006); Steenkamp (2007); Schneider e Samkin (2008); Striukova *et al.* (2008); Kamath (2008); Sousa (2009); Guthrie *et al.* (2009); Dammak *et al*. (2010); Campbell e Rahman (2010); Khan e Ali (2010); Oliveira *et al.* (2010a) e Branco *et al.* (2011).

[42] Bozzolan *et al.* (2003); Firer e Williams (2005); Zhang (2005); Oliveira *et al*. (2006); Li *et al.* (2007); Dielis (2007); Gan *et al.* (2008); Whiting e Miller (2008); Woodcock e Whiting (2009); Yau *et al.* (2009); Huang *et al.* (2010); Oliveira *et al.* (2010a); White *et al*. (2010) e Whiting e Woodcock (2011).

Em síntese, a divulgação de informação no âmbito da economia financeira e contabilidade tem por base teorias económicas e teorias sociais e políticas. Especificamente, no âmbito da divulgação de informação do capital intelectual os fundamentos teóricos devem ser usados complementarmente para explicar a maior divulgação ou a ausência dela. A teoria da agência, como teoria contratualista da empresa (Vieira, 2009) tem implícitas motivações e condicionantes de divulgação que possam inibir ou facilitar essa divulgação, nomeadamente a estrutura de governação das organizações (Bathala e Rao, 1995) e a seleção de estratégias de divulgação que poderão maximizar o valor da empresa para os acionistas e reduzir custos de agência (Barako *et al*., 2006 e Darus *et al*., 2008).

A teoria dos *stakeholders* reflete uma consequência económica das necessidades sociais pelo interesse social na informação divulgada, quer ela seja normativa ou voluntária. Os *stakeholders* reclamam, cada vez mais, poder, legitimidade e urgência, sendo uma responsabilidade organizacional a divulgação de informação acerca das atividades empresariais (Scott *et al*., 2003 e Joseph, 2007). Tal como refere Guthrie *et al*. (2006), a teoria dos *stakeholders* destaca a responsabilidade organizacional além do simples desempenho económico ou financeiro, ou seja, escolhe também divulgação de informação voluntária sobre o seu desempenho intelectual, social e ambiental, para além dos requisitos obrigatórios, para atender às expetativas das partes interessadas.

Tanto a teoria da agência como a teoria dos *stakeholders* têm grande aplicabilidade nas ciências de âmbito económico, no entanto, é controversa a sua aplicabilidade exclusivamente a este círculo, sendo mais consensual a sua interligação com outras ciências, nomeadamente de índole comportamental e social. Deste modo, e porque as organizações buscam legitimidade, a análise da legitimação organizacional permite-nos resumir e compreender uma variedade de comportamentos organizacionais (Dowling e Pfeffer, 1975). As organizações vão agir para certificar-se de que o seu comportamento é percebido como legítimo, fornecendo mais informações voluntárias e informações normativas mais detalhadas como uma resposta às expetativas de grupos específicos ou da sociedade em geral. Com base nisto, Khan e Ali (2010) consideram a aplicação das teorias dos *stakeholders* e da legitimidade como as mais proeminentes no âmbito da divulgação de intangíveis por parte de instituições financeiras. A teoria da legitimidade está, assim, intimamente ligada a outras teorias, nomeadamente com a teoria dos *stakeholders*[43] pois, consideradas as suas expetativas, o comportamento da organização é conduzido para a obtenção de uma legitimidade social. No entanto, enquanto a teoria dos *stakeholders* considera todos os grupos que individualmente têm interesse nas ações da organização, a teoria da legitimidade focaliza a organização numa perspetiva da sociedade

[43] No estudos de Deegan (2002); O´Donovan (2002); Guthrie *et al*. (2004); Guthrie *et al*. (2006) e Dammak *et al*. (2010).

em geral. Porque os *stakeholders* reclamam também legitimidade, a divulgação de informação apresenta-se como uma responsabilidade organizacional (Scott *et al*., 2003 e Joseph, 2007), sendo as DF, os relatórios anuais e, mais recentemente, a *internet*, as principais fontes de divulgação que responde às solicitações dos *stakeholders*.

A perspetiva institucional da teoria da legitimidade explica a divulgação de informação de intangíveis, pelo facto de os organismos reguladores terem legitimidade para atuarem, condicionando os comportamentos das organizações às normas emitidas pelos diferentes agentes económicos. O seu incumprimento faz com que as empresas incorram em custos políticos (ou custos de regulação) e custos de assimetria da informação (Suchman, 1995 e Mobus, 2005). Assim, a divulgação baseada no normativo contabilístico assenta primeiramente num processo institucional de isomorfismo coercivo, pela aplicação de normas e regulamentos emanados de órgãos políticos e reguladores. O processo institucional de isomorfismo normativo e mimético explica divulgação voluntária de informação do capital intelectual, pois resulta de influências e pressões exercidas pela sociedade em que operam (Yau *et al.*, 2009).

3 – Abordagem metodológica, unidade de análise, unidade de medida e natureza da divulgação do capital intelectual

A investigação positivista em contabilidade assume que a realidade é objetivamente observável e que pode ser descrita através de propriedades que podem ser medidas, as quais são independentes do investigador e dos instrumentos de medida (Vieira, 2009). Na metodologia de análise de documentos, o investigador deve procurar compreender, entre outras coisas, as condições e com que intenções os documentos foram elaborados e ainda, por quem e para quem se dirigem esses documentos, ou seja, o investigador deverá analisar esses documentos tendo em atenção a envolvente dessa fonte, pois os documentos não falam por si (Vieira *et al.*, 2009). Bardin (1996) associa o investigador a um arqueólogo, o qual trabalha sobre "restos" (documentos) que são a manifestação de dados ou fenómenos que servem para descobrir através e graças a eles. O autor (p. 29) define análise de conteúdo como "um conjunto de técnicas de análise de comunicações, utilizando procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens", com ajuda de indicadores (quantitativos ou não). Krippendorff (1990, p. 28) define-a como "uma técnica de investigação destinada a formular, a partir de certos dados, inferências reproduzíveis e válidas que podem aplicar-se ao seu contexto". Para Milne e Adler (1999) a análise de conteúdo é um método de codificação do texto (ou conteúdo) em vários grupos (ou categorias), baseada em critérios previamente selecionados. Também Lee e Guthrie (2010) se referem à análise de conteúdo como uma técnica de codificação "humana" de conceitos de interesse que podem ser encontrados em relatórios e publicações. Acrescentam que é uma abordagem poderosa por ser das poucas técnicas disponíveis para análise de repositórios

de texto, que constituem a maioria das comunicações de negócios. Guthrie *et al*. (2004, p. 282) referem que "dos vários métodos disponíveis para investigadores que procuram entender a divulgação do capital intelectual, a análise de conteúdo é o mais comum". A este respeito, Alves (2011) identificou a análise de conteúdo como o método de investigação utilizado na análise às diferenças nas práticas de divulgação do capital intelectual como o tema mais investigado na área científica da contabilidade numa amostra de cinquenta e três artigos publicados em vinte e três revistas, incluídas na base de dados *ProQuest*, entre 2001 e 2010.

A análise de conteúdo é, assim, um meio flexível de obtenção de informações (Voight e Stanfield, 1990), a qual requer uma prévia classificação (codificação) dos elementos do conteúdo com uma precisão dos temas para ser atribuída a uma categoria[44]. Também Guthrie *et al.* (1999) referem que esta técnica consiste na recolha e codificação de informações em categorias predefinidas para analisar padrões de apresentação e de transmissão de informações. Para Romero (1991) tudo quanto se refere ao estudo concreto de uma mensagem consegue-se pela análise de conteúdo. Salienta ainda que esta análise serve para conhecer fatores que irão ajudar a conhecer algo mais sobre quem emite a mensagem, assim como, ajuda a melhorar a qualidade das mensagens para que os interesses dos recetores se vejam refletidos nessa informação. O uso da técnica de investigação de análise de conteúdo tem por objetivo determinar o significado do conteúdo de informações de forma "sistemática", "objetiva", "fiável" e "reproduzível" (Krippendorff, 1990), para que se obtenham inferências válidas e replicáveis (Guthrie e Petty, 2000).

Krippendorff (1990) identifica três tipos de fiabilidade na literatura de análise de conteúdo:

1. a estabilidade: refere-se ao grau de invariabilidade de codificação ao longo do tempo (aplica-se, por exemplo, ao efetuar uma nova codificação com algum intervalo de tempo);
2. a reprodutibilidade: refere-se ao facto de a codificação utilizada produzir os mesmos resultados quando o texto é codificado por vários codificadores; e,
3. a precisão: que compara os resultados da codificação obtidos com um padrão predefinido (por exemplo com os resultados de experiências ou estudos anteriores).

Milne e Adler (1999) referem que a fiabilidade na análise de conteúdo envolve duas questões distintas mas relacionadas. A primeira questão prende-se com o facto de os pesquisadores procurarem certificar-se que os dados codificados são confiáveis, usando, por exemplo, vários codificadores e demonstrando que o uso desses vários codificadores não geram discrepâncias entre eles, ou que, ao serem detetadas discrepâncias, as mesmas foram sanadas. Como

[44] Categorias são secções ou classes que reúnem um grupo de elementos (unidades de registo) sob um título genérico. A agregação é efetuada em razão dos carateres comuns desses elementos (Bardin, 1996).

alternativa, os pesquisadores podem demonstrar que um único codificador passou por um período suficiente de aperfeiçoamento com a realização, por exemplo, de um "teste piloto". Uma segunda questão é a fiabilidade associada com os próprios instrumentos de medida através, por exemplo, de uma maior especificação das categorias ou *itens* e com regras de decisão para codificação bem definidas. Também Guthrie *et al.* (2004) salientam alguns requisitos para que a análise de conteúdo se possa efetuar: em primeiro lugar, as categorias de classificação têm que ser claras e operacionalmente definidas. Em segundo lugar, a objetividade deverá ser a chave para a codificação (na definição se determinado *item* pertence ou não a determinada categoria) e, em terceiro lugar, a informação deverá ser capaz de ser quantificável. Acrescentam ainda que o codificador deve ser confiável para que se mantenha a consistência ao longo do tempo.

A investigação em contabilidade tem usado o método de análise de conteúdo de diversas maneiras. A literatura descreve duas grandes abordagens da análise de conteúdo: a mecanicista e a interpretativa. A abordagem mecanicista foca-se na captura de volume ou frequência da informação e a abordagem interpretativa tenta capturar o significado da narrativa, ou seja, está mais vocacionada para uma interpretação acerca da qualidade da informação (Beck *et al.,* 2010). A operacionalização da análise de conteúdo passa por decidir o que deve constituir a base para a codificação: unidade de codificação, segundo Bardin (1996); unidade de informação, segundo Abhayawansa e Abeysekera (2009); ou unidade de análise, segundo Guthrie e Abeysekera (2006). Esta unidade de análise[45] pela qual o conteúdo é codificado e medido, tem implicações muito importantes para a fiabilidade da análise (Milne e Adler, 1999). Outra definição é acerca da unidade de medida, ou seja, a construção de uma forma de recolha dos dados, a qual deve ser sistemática, assegurando a sua fiabilidade e validade (Guthrie e Abeysekera, 2006). Os índices de divulgação (unidade de medida) podem ser construídos de duas formas: ou determinar a presença de algo (índice de presença) ou determinar a frequência do aparecimento de algo (índice de frequência). Enquanto no índice de presença se pretende encontrar a apresentação de determinado *item*, no índice de frequência poder-se-á procurar indicadores de importância, de intensidade, de ênfase ou de atenção com que determinado atributo aparece na mensagem (Krippendorff, 1990) e determina-se pelo número de ocorrências de determinado *item*[46]. A natureza de divulgação que resulta desta unidade de medida pode ser categorizada como qualitativa ou quantitativa. Vieira *et al.* (2009, p. 135) consideram que "embora muitos investigadores desenvolvem trabalho de investigação quantitativo ou qualitativo, a utilização de mais do que um método num mesmo estudo pode ser muito relevante uma vez que permite a triangulação da informação". Acrescentam, no entanto, que a escolha de um ou de vários

[45] Termo adotado neste trabalho.
[46] O trabalho sobre índices cuidadosamente elaborados requer a descrição (enumeração das caraterísticas do texto) como primeira etapa. A interpretação (significado dessas caraterísticas) é a última fase do trabalho, sendo a inferência (dedução lógica) o procedimento intermédio que liga uma a outra (Bardin, 1996).

métodos dependerá das caraterísticas de cada estudo. Botosan (1997, p. 324) observou que "a qualidade da divulgação é também importante, mas muito difícil de avaliar. Como resultado, os investigadores tendem a assumir que a quantidade e a qualidade estão positivamente relacionadas". Esta assunção é muito contestada e não nos parece uma consideração rigorosa dada a diferença no objetivo da análise: se é procurada a quantidade de informação ou se é analisada a qualidade da divulgação dessa informação.

Grande parte dos estudos analisa a divulgação de uma forma unidimensional, ou seja, a quantidade de divulgação, medida pela presença ou ausência da informação pretendida (Krippendorff, 1990). Esta forma de análise é típica nos estudos sobre a extensão ou nível de divulgação em que é construído um índice de divulgação, sendo esse nível ou extensão da divulgação resultado da divisão dos *itens* divulgados sobre os *itens* totais a divulgar. A utilização de índices ponderados permite aferir da qualidade de divulgação, muito embora, esta ponderação contenha ainda um mais elevado grau de subjetividade. Bukh *et al.* (2005) consideram que o índice de divulgação, largamente utilizado no âmbito da contabilidade e áreas afins, retrata a qualidade de divulgação que pode ser capturada por medidas resumo. Campbell e Rahman (2010) consideram a combinação de índices de divulgação com a utilização de diferentes unidades medida, como uma ferramenta de análise de conteúdo poderosa e capaz de descrever o significado do que se pretende analisar. Também Guthrie e Abeysekera (2006) referem que na forma mais simples de codificação binária, o índice de divulgação fornece uma medida agregada da quantidade de divulgação de informação em determinada unidade de análise (por exemplo em relatórios anuais) e facilita uma análise transversal da divulgação na mesma unidade de análise (entre relatórios anuais). No entanto, o índice de divulgação pode também ser construído para ter em conta variações da qualidade das divulgações, usando uma escala que reflita essa ordem de qualidade.

A quantidade de informação divulgada do capital intelectual é, em muitos estudos, analisada através de índices de divulgação com codificação binária que verificam acerca da existência ou ausência de divulgação de determinado *item* (0 – "não divulga"; 1 – "divulga")[47]. Nesta metodologia de análise, normalmente a informação quantitativa é analisada com uma avaliação que representa a percentagem de indicadores divulgados sobre os indicadores totais.

A qualidade da informação divulgada é muitas vezes efetuada pela codificação de um índice ponderado por vários níveis ou *scores*, consoante a importância que se atribui a cada *item*. Em estudos de divulgação de informação qualitativa do capital intelectual, cuja unidade de medida

[47] Nos estudos de Williams (2001); Brennan (2001); Bukh *et al.* (2005); García-Meca (2005); García-Meca *et al.* (2005); Li *et al.* (2006, 2007, 2008); White *et al.* (2007); Lee *et al.* (2007); Singh e Van der Zahn (2007, 2008, 2009); García-Meca e Martínez (2007); Rimmel *et al.* (2009); Sousa (2009); White *et al.* (2010); Abeysekera (2010); Oliveira *et al.* (2010a); See e Rashid (2011); Hidalgo *et al.* (2011); Branco *et al.* (2011); Anam *et al.* (2011), Hsu e Chang (2011) e Rashid *et al.* (2012).

foi a utilização de um índice de divulgação, a codificação desses *scores* têm assumido uma diversidade de ponderações. Nestes estudos, as ponderações usadas são o *proxy* da qualidade de divulgação do capital intelectual:

- 0 – "não divulgação"; 1 – "divulgação narrativa"; 2 – "divulgação numérica"; 3 – "divulgação monetária" (Guthrie *et al.*, 1999; April *et al.*, 2003; Guthrie *et al.*, 2006 e Guthrie *et al*., 2008);
- 0 – "não divulgação"; 1 – "divulgação qualitativa"; 2 – "divulgação quantitativa" (Bozzolan *et al*., 2003; García-Meca e Martínez, 2005; Bozzolan *et al*., 2006; Oliveira *et al.*, 2006; Cerbioni e Parbonetti, 2007; Boesso e Kumar, 2007; Xiao, 2008; Woodcock e Whiting, 2009; Lee e Whiting, 2011 e Whiting e Woodcock, 2011);
- 0 – "não divulgação"; 1 – "divulgação qualitativa"; 2 – "divulgação quantitativa"; 3 – "divulgação qualitativa e quantitativa" (Cordazzo, 2007);
- 0 – "*item* não divulgado"; 1 – "*item* é irrelevante ou imaterial"; 2 – "divulgação com comentários vagos"; 3 – "divulgação descritiva"; 4 – "divulgação quantitativa ou monetária" (Firer e Williams, 2005; Gan *et al*., 2008 e Schneider e Samkin, 2008). Yi e Davey (2010) e An *et al*. (2011) acrescentam o nível 5 para informações quantitativas/monetárias complementadas com descrição narrativa;
- 0 – "não divulgação"; 1 – "descrição genérica"; 2 – "descrição específica" (Orens *et al*., 2008).
- 0 – "não divulgação"; 1 – "divulgação discursiva"; 2 – "divulgação numérica"; 3 – "divulgação monetária"; 4 – "divulgação visual" (Abhayawansa, 2011);
- 0 – "não divulgação"; 1 – "informação geral"; 2 – "divulgação qualitativa"; 3 – "divulgação quantitativa" (Branswijck e Everaert, 2012).

Monclús Guitart *et al.* (2005) aplicou a ponderação: 0 – "não divulgação"; 1 – "divulgação quantitativa"; 2 – "divulgação qualitativa"; 3 – "divulgação quantitativa e qualitativa". Adicionalmente é acrescentado outro sistema de codificação: M – "a sociedade inclui informação sobre o indicador no Anexo"; I – " a sociedade inclui informação sobre o indicador no Relatório de gestão" e O – "a sociedade inclui informação sobre o indicador em outros relatórios financeiros".

Gandía (2003) aplicou um índice em que considera a pontuação de zero, se não é divulgada determinada informação e um se a informação é divulgada. Acrescenta ainda um ponto nas informações consideradas mais relevantes ou úteis. Também García-Meca e Martínez (2005) acrescentam à pontuação dicotómica, que analisa a extensão da divulgação, a especificidade dessa divulgação ao considerar dois índices de divulgação: o índice que revela a qualidade da divulgação (com a atribuição da pontuação 1 se a divulgação é qualitativa e 2 se é quantitativa) e o índice da informação quantitativa que é calculado pela percentagem da informação

quantitativa (com codificação 2) sobre a informação total. Schneider e Samkim (2008) analisaram um índice que contém as melhores práticas de divulgação do capital intelectual pelas entidades públicas. Construíram um índice de divulgação de cuja mensuração varia entre 0 e 4, em que 0 representa os "*itens* que não devem ser divulgados" e 4 "*itens* essenciais a serem divulgados".

A divulgação de informação qualitativa em estudos de divulgação de informação do capital intelectual que utiliza palavras, frases, parágrafos, atributos, páginas, etc., baseia-se na premissa de que, com narrativas diferentes a abrangência do que se pretende capturar é maior (Campbell e Rahman, 2010). Esta informação é muitas vezes medida pelo número de vezes com que essa unidade de medida (palavras, frases, termos, etc.) surge nos documentos analisados[48]. A medição dicotómica é também utilizada significando: 0 – não tem informação e 1 – tem informação[49]. Outros estudos de divulgação qualitativa adotam a classificação 0 – não têm informação; 1 – tem informação qualitativa e 2 – tem informação quantitativa[50] e ainda aqueles que acrescentam o *score* 3 à classificação anterior para definir a divulgação monetária[51]. Ax e Marton (2008) além de considerarem a contagem de palavras e frases (uma abordagem mais objetiva da análise de conteúdo), usaram variáveis dicotómicas para determinar se existe informação quantitativa e informação monetária. Outros estudos consideram ainda a classificação de outros *scores*, detalhando mais especificamente a informação em função do que pretendem analisar[52].

Uma combinação de análise quantitativa e qualitativa aplicada à divulgação do capital intelectual foi obtida pela comparação de informação contida nos relatórios anuais referentes à divulgação de informação numa perspetiva histórica e divulgação de informação voltada para o futuro[53]. A ideia base destes estudos está de acordo com o que refere Goh e Lim (2004) de que a divulgação de informação acerca do capital intelectual é uma das informações necessárias aos investidores pelo facto de ela poder representar informação acerca do futuro da empresa, dado tratar-se de revelar informações sobre um dos recursos responsáveis pela criação de riqueza.

[48] Estudos de Entwistle (1999); Guthrie e Petty (2000); Bontis (2003); Bozzolan *et al*. (2003); Goh e Lim (2004); Abeysekera e Guthrie (2005); Vergauwen e van Alem (2005); Flöstrand (2006); Li *et al.* (2006, 2007, 2008); Pedrini (2007); Vergauwen *et al.* (2007); Beattie e Thomson (2007); Oliveras *et al.* (2008); Kamath (2008); Striukova *et al*. (2008); Sonnier (2008); Sonnier *et al.* (2009); Davey *et al.* (2009); Brüggen *et al.* (2009); Campbell e Rahman (2010); Khan e Ali (2010); Lee (2010); Abeysekera (2011); Vafaei *et al.* (2011); Taliyang e Jusop (2011) e Bhasin (2011).
[49] Estudos de Zhang (2005) e Dammak *et al.* (2010).
[50] Estudos de Bozzolan *et al.* (2003); Vandemaele *et al*. (2005); Whiting e Miller (2008) e Chander e Mehra (2010).
[51] Estudos de Guthrie *et al*. (1999); April *et al*. (2003); Guthrie *et al*. (2006); Abeysekera (2008a); Yau *et al.* (2009) e Bezhani (2010).
[52] Estudos de Dumay e Tull (2007); Cerbioni e Parbonetti (2007); Gerpott *et al.* (2008); Lee e Guthrie (2010); Singh e Kansal (2011) e Husin *et al*. (2012).
[53] Estudos de Kristandl e Bontis (2007); Boesso e Kumar (2007) e Cerbioni e Parbonetti (2007).

Mention (2011) analisa a divulgação qualitativa através de três critérios com escalas múltiplas que analisam: o nível de factualidade, a natureza da informação e a temporalidade das informações apresentadas. Se a informação apresentada for como perceção é atribuído 1 ponto, se a informação for factual é codificada com 2 pontos. A natureza da informação é medida pela atribuição de 1 ponto se a informação for qualitativa e 2 pontos se for quantitativa. A temporalidade das informações refere-se a informações "orientadas para o passado" (1 ponto) ou informações "voltadas para o futuro" (2 pontos). A codificação com 0 pontos é atribuída quando não é apresentada informação. Kang e Gray (2011) analisam a natureza qualitativa e quantitativa da divulgação do capital intelectual sob a forma de variedade (frequência), de natureza (qualitativa/quantitativa) e de extensão (percentagem sobre os *itens* totais).

Uma natureza mais narrativa (qualitativa) que numérica (quantitativa) é encontrada na maioria dos estudos de divulgação do capital intelectual que analisam estas duas vertentes[54]. Estes estudos confirmam a ideia de Guthrie e Petty (2000) de que a ausência de uma expressão quantitativa de indicadores do capital intelectual parece confirmar que as empresas terão maior interesse em simplesmente entender onde se encontra o valor real da empresa do que na atribuição de valores aos *itens* que lhe criam valor. No entanto, para Toms (2002) os dados quantificáveis são mais propensos a representarem atividades reais e a divulgação retórica, sendo menos dispendiosa, poderá ser feita em maior volume, fazendo com que, numa pontuação onde são incluídas divulgações quantitativas e qualitativas, estas acabem por usufruir de uma maior pontuação.

Numa análise às práticas de divulgação voluntária de intangíveis na indústria farmacêutica, Chander e Mehra (2010) encontraram uma maior incidência da divulgação em termos quantitativos do que qualitativos. Também Kang e Gray (2011) encontraram maior divulgação quantitativa face à qualitativa na análise de divulgação do capital intelectual nas duzentas empresas com maior capitalização de mercado em países emergentes. Para Riegler e Höllerschmid (2006) a divulgação qualitativa é maior nos relatórios voluntários e a divulgação quantitativa nos relatórios obrigatórios, referindo-se particularmente a divulgações de I&D.

A análise de conteúdo apresenta algumas limitações que devem ser consideradas em qualquer investigação. Em primeiro lugar, esta metodologia capta, essencialmente, a quantidade de divulgação (em termos de frequência e volume) em vez de caraterísticas específicas de qualidade. A análise de conteúdo é também subjetiva, pela tentativa de colher várias narrativas

[54] Estudos de Guthrie *et al.* (1999); Guthrie e Petty (2000); Brennan (2001); Goh e Lim (2004); Monclús Guitart *et al.* (2005); Guthrie *et al.* (2006); Oliveira *et al.* (2006); Li *et al.* (2007); Sujan e Abeysekera (2007); Yau *et al.* (2009); Woodcock e Whiting (2009); Guthrie *et al.* (2009); Cormier *et al.* (2009); Yi e Davey (2010); Campbell e Rahman (2010); Bezhani (2010); Huang *et al.* (2010); Khan e Ali (2010); Abhayawansa (2011); Singh e Kansal (2011); Yusoff e Lim (2011); Mention (2011); Abeysekera (2011); Whiting e Woodcock (2011), Schiemann *et al.* (2011) e Bhasin (2011).

(Guthrie e Abeysekera, 2006), acrescida da dificuldade envolvida na tentativa de quantificar o que é, em muitos casos, essencialmente qualitativo (Guthrie e Petty, 2000). Existe igualmente grande subjetividade envolvida no próprio processo de codificação, por ser um método fortemente dependente da integridade do codificador ou pesquisador (Abhayawansa e Abeysekera, 2009). Outra dificuldade da análise de conteúdo é a codificação de informações não narrativas como fotografias, gráficos, tabelas e figuras, sendo, na maioria dos estudos, claramente definida a exclusão destas informações. A análise de conteúdo é também uma ferramenta estática que fornece informação num determinado ponto no tempo, não revelando informações acerca de motivações e compromissos a longo prazo (Guthrie *et al.*, 1999). Beattie e Thomson (2007) argumentam que o método de pesquisa de análise de conteúdo carece, muitas das vezes, de transparência, especificidade, uniformidade e rigor, o que pode dar origem a sinais enganosos. Outra limitação está nos próprios relatórios, os quais contêm informação que pode ser incompleta ou pode ser também tendenciosa, pois visa um determinado objetivo de quem a elaborou (Vieira *et al*., 2009). Devido às limitações inerentes da metodologia de análise de conteúdo, a frequência de divulgação não deve ser usada como o único método para inferir acerca da importância (ou qualidade) atribuída às categorias e *itens* do capital intelectual (Abhayawansa e Abeysekera, 2009). Corroboramos a opinião de García-Meca e Martínez (2005) e Beattie e Thomson (2007) na ideia de que as informações qualitativas do capital intelectual exigem maior atenção ao seu contexto, podendo ser a quantificação da informação a que fornece uma mais precisa e convincente mensagem.

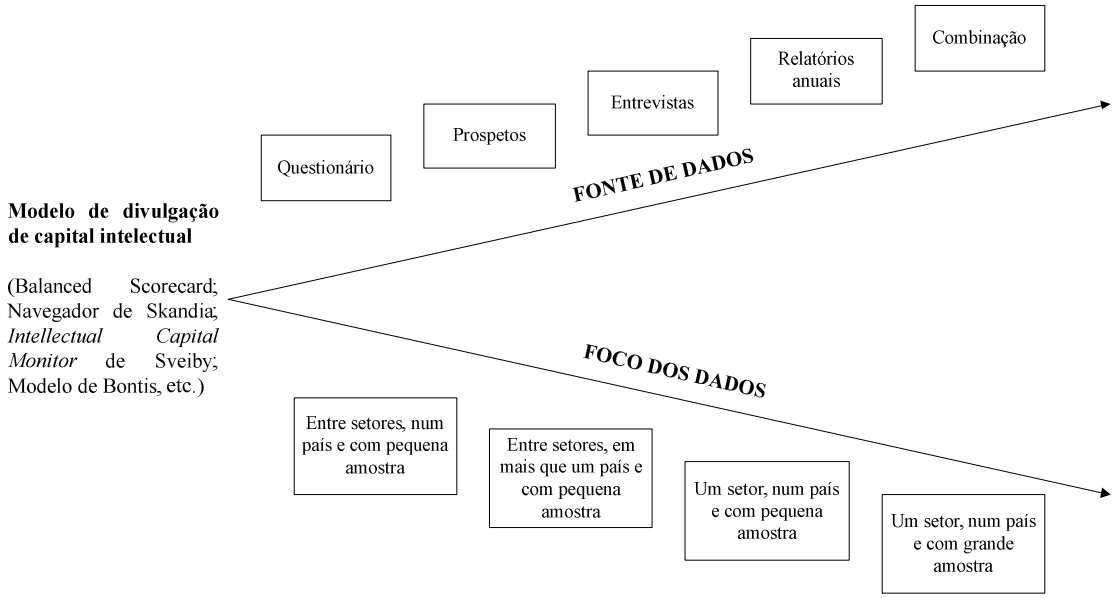
4 – Fonte dos dados e foco de dados nos estudos empíricos de divulgação do capital intelectual

Num método de investigação podemos encontrar informações provenientes de fontes primárias e de fontes secundárias. Informações primárias são originais e pesquisadas pelo investigador para um fim específico, podendo ser qualitativas, quantitativas ou mistas. As informações secundárias são de terceiros e podem ter sido ou não publicadas (Ferreira e Sarmento, 2009). As divulgações do capital intelectual são normalmente efetuadas através de dois tipos de canais de comunicação: canais públicos, onde as informações são divulgadas para agentes externos (relatórios anuais; *internet*; entre outros) e, canais privados, essencialmente direcionados a alguns agentes específicos (relatórios de e para analistas financeiros; relatórios de reuniões e apresentações, entre outros) (García-Meca *et al.*, 2005).

Estudos de divulgação do capital intelectual com aplicação a fontes de dados e com focos de dados diversificados têm proliferado em larga escala no meio académico. Conforme verificado na figura 1.1 abaixo apresentada, questionários, prospetos de admissão à cotação, entrevistas, relatórios anuais (utilizados isoladamente ou em combinação), podem ser usados como fontes

de dados, podendo o foco desses dados ser a aplicação num só setor ou entre setores, num só país ou entre países e com amostras maiores ou menores[55]. Além disso, diversos modelos têm sido adaptados de estudos já realizados, aperfeiçoando e/ou alargando a utilização dessas fontes ou foco de dados. Outros canais de comunicação têm também sido utilizados para divulgar informação acerca do capital intelectual. A análise de conteúdo aos relatórios anuais tem sido amplamente aplicada aos estudos de divulgação do capital intelectual, tendo igualmente proliferado análises a relatórios do capital intelectual, a relatórios de e para analistas, a DF, a prospetos IPO (*Initial Public Offering)*, a relatórios de KPI (*Key Performance Indicator*), a relatórios GRI (*Global Reporting Initiative*), a páginas *Web*, entre outros.

Figura 1.1 - Campo de investigação em capital intelectual



Fonte: elaboração própria a partir de Zhang (2005, p. 13).

A informação deve ser exata, fiável, válida e completa, tendo a mesma as limitações de poder não estar acessível, estar dispersa, ser excessiva, marginal, desatualizada e tardia (Ferreira e Sarmento, 2009). A análise dos relatórios anuais e outros documentos da organização poderão beneficiar destas vantagens mas também estão sujeitas às limitações apresentadas. Li *et al*. (2007) consideram que a elaboração de relatórios anuais é demorada e dispendiosa, sendo a sua emissão racionalizada pela gestão, o que pode condicionar a perceção da importância da informação contida nos relatórios anuais. Também Goh e Lim (2004) consideram que a gestão de uma organização tem completo controlo na divulgação voluntária contida nos relatórios, por ser a forma através da qual as organizações transmitem a sua imagem aos seus *stakeholders*. Abeysekera e Guthrie (2005) corroboram desta ideia ao considerar que os relatórios anuais

[55] Este esquema servirá de base a uma revisão dos principais estudos empíricos no âmbito da divulgação do capital intelectual, desenvolvida nos pontos seguintes e resumida no apêndice III ao trabalho.

representam, de forma abrangente e compacta, os interesses e as preocupações das organizações. Assim mesmo, a substância ou conteúdo das divulgações efetuadas pelas organizações nos seus relatórios anuais é uma área de interesse de vários investigadores (Guthrie *et al*., 2004).

4.1 – Estudos de divulgação com análise de conteúdo a relatórios anuais

Os relatórios anuais são uma fonte de dados útil e eficiente porque é o meio que é geralmente utilizado para sinalizar o que é percebido como importante para os *stakeholders* (Guthrie e Petty, 2000; Guthrie *et al*., 2004 e Guthrie e Abeysekera, 2006), sendo também a fonte que, estrategicamente deve ser controlada (Dammak *et al*., 2010). A análise de conteúdo dos relatórios anuais tem sido usada no âmbito do relato social, ético e ambiental, podendo igualmente ser encontrado no campo da investigação em contabilidade (Krippendorff, 1990). Os relatórios anuais (DF, Relatórios de gestão, além de outros relatórios financeiros) são apenas uma das muitas fontes de comunicação da informação que as organizações utilizam para a divulgação de informações.

Estudos de divulgação do capital intelectual com a aplicação da metodologia de análise de conteúdo aos relatórios anuais têm sido muito difundidos nos últimos anos, sendo usada, quase invariavelmente, para medir o nível de divulgação do capital intelectual (Whiting e Miller, 2008). Pode também ser usada para determinar a ocorrência, a amplitude, a diversidade, o foco ou incidência de divulgação ou outros propósitos, consoante a especificidade ou abrangência do que se pretende analisar. Pode ainda ser usada para detetar alterações nos relatórios ao longo do tempo (Lee e Guthrie, 2010). A utilização desta metodologia e com estes propósitos consiste na leitura do relatório anual das organizações e na codificação das informações num quadro previamente selecionado acerca do que se consideram ser os indicadores do capital intelectual (Guthrie *et al*., 1999; Guthrie e Petty, 2000 e Guthrie *et al*., 2006).

i. Análise entre setores e num país

O foco de dados de análise entre setores, num só país e utilizando como fonte de dados os relatórios anuais, tem sido aplicado em diversos estudos de divulgação do capital intelectual[56]. Nestes estudos há os que identificaram o setor através de um sistema binário de oposição: setor intensivo em conhecimento/capital intelectual *vs* setor não intensivo em conhecimento/capital

[56] Williams (2001) (Reino Unido); Bozzolan *et al.* (2003) (Itália); Abdolmohammadi (2005) (EUA); Firer e Williams (2005) (Singapura); Monclús Guitart *et al.* (2005) (Espanha); Wong e Gardner (2005) (Nova Zelândia); Oliveira *et al.* (2006) (Portugal); Li *et al.* (2007) (Reino Unido); Sujan e Abeysekera (2007) (Austrália); Sonnier (2008) (EUA); Oliveras *et al.* (2008) (Espanha); Kamath (2008) (Índia); Gan *et al.* (2008) (Malásia); Ferreira (2008) (Portugal); Brüggen *et al.* (2009) (Austrália); Yau *et al.* (2009) (Malásia); Woodcock e Whiting (2009) (Austrália); Abeysekera (2010) (Quénia); Lee (2010) (Malásia); Khan e Khan (2010) (Bangladesh); Hidalgo *et al*. (2011) (México); Yusoff e Lim (2011) (Malásia); Abeysekera (2011) (Sri Lanka); Lee e Whiting (2011) (Austrália); An *et al.* (2011) (China); Whiting e Woodcock (2011) (Austrália) e Taliyang e Jusop (2011) (Malásia).

intelectual[57]; outros estudos confrontaram setores de alta tecnologia *vs* baixa tecnologia[58]; outros ainda, setores da "velha economia" em oposição aos da "nova economia"[59]; ou, comparação binária de indústria *vs* serviços[60]. Esta categorização de confronto entre indústrias que, à partida, se supõe divulgarem mais acerca do seu capital intelectual (porque o possuem com mais intensidade), com aquelas que, à partida, se supõe não estarem tão propensas à sua divulgação (pela menor intensidade do capital intelectual que o setor requer), permite aferir mais diretamente da influência que a variável indústria (setor) tem na divulgação do capital intelectual nos relatórios anuais. Uma influência positiva e significativa do setor foi encontrada nos estudos de Williams (2001); Bozzolan *et al.* (2003); Oliveira *et al.* (2006); Sujan e Abeysekera (2007); Sonnier (2008); Woodcock e Whiting (2009) e Whiting e Woodcock (2011). Não foi verificada associação nos estudos de Abdolmohammadi (2005); Wong e Gardner (2005); Firer e Williams (2005) e An *et al.* (2011).

Os restantes estudos identificados efetuaram uma análise comparativa entre indústrias pela categorização de cada indústria especificamente com base numa determinada classificação. Monclús Guitart *et al.* (2005) e Taliyang e Jusop (2011) concluíram acerca de uma divulgação superior do capital intelectual nas sociedades financeiras. Li *et al.* (2007) consideraram sete setores de atividade na análise à extensão, ao volume e ao foco de informação do capital intelectual, tendo concluído que se verifica uma maior extensão da divulgação no setor dos *media* e comunicação, sendo o volume de divulgação superior na indústria farmacêutica (biotecnologia ou saúde) e no setor da tecnologia da informação. Em termos de foco de divulgação, os setores de alimentação e tecnologia foram os que apresentaram níveis superiores de divulgação. Também Kamath (2008) constatou uma superior divulgação do capital intelectual na indústria da tecnologia em comparação com outros setores intensivos em conhecimento. Ferreira (2008) encontrou maior divulgação no setor dos serviços de utilidade pública, tendo o setor financeiro um terceiro lugar com 63% de média de divulgação do capital intelectual. Brüggen *et al.* (2009) concluíram acerca da importância do papel da variável indústria como determinante da divulgação de informação de propriedade intelectual nos relatórios anuais. Ao classificar esta variável em nove categorias, constataram que a indústria dos cuidados de saúde e a indústria da tecnologia da informação divulgam significativamente mais do que as restantes indústrias. Yau *et al.* (2009) classificaram o setor em quatro categorias, constatando uma divulgação superior no setor do *trading* e serviços, seguido do setor financeiro. Lee (2010) analisou a indústria para constatar acerca das práticas de divulgação de recursos

[57] Williams (2001); Bozzolan *et al.* (2003); Firer e Williams (2005); Oliveira *et al.* (2006); Sujan e Abeysekera (2007) e Woodcock e Whiting (2009).
[58] Wong e Gardner (2005); Sonnier (2008) e, Whiting e Woodcock (2011).
[59] Abdolmohammadi (2005).
[60] An *et al.* (2011).

humanos. Para isso formulou a hipótese de uma eventual maior divulgação nas organizações com maior concentração de empregados, não tendo, contudo, concluído acerca da influência desta variável na divulgação do capital humano. Também Khan e Khan (2010) analisaram a extensão da divulgação do capital humano nos relatórios anuais, concluindo acerca da influência do setor, sendo as empresas do setor bancário, as que divulgam mais informação sobre o capital humano, seguido da indústria das tecnologias da informação e da indústria farmacêutica. Yusoff e Lim (2011) verificaram existir diferenças na divulgação entre indústrias e dentro da mesma indústria entre empresas, o que denota uma falta de consistência na divulgação.

ii. Análise num setor e num só país

A fonte de dados obtida nos relatórios anuais, com foco num país e num setor foi analisada nos estudos de Zhang (2005), aplicado no Canadá a empresas de *software*; Shareef e Davey (2005) aplicado em Inglaterra a clubes de futebol; White *et al.* (2007), aplicado na Austrália a empresas de biotecnologia; Schneider e Samkin (2008) efetuado em organizações do governo local na Nova Zelândia; Sonnier *et al.* (2009) realizado nos EUA a empresas de alta tecnologia; Chander e Mehra (2010) e Singh e Kansal (2011), aplicados na Índia a empresas da indústria farmacêutica e Hsu e Chang (2011) aplicaram a análise de conteúdo aos relatórios anuais no estudo da divulgação do capital intelectual em empresas de alta tecnologia na Tailândia.

Estes estudos, realizados apenas num setor intensivo em capital intelectual de um determinado país, pretendem alcançar diferentes objetivos: analisar a extensão da divulgação do capital intelectual e os fatores que determinam essa divulgação (Zhang, 2005; Sonnier *et al.*, 2009); complementar a análise à extensão com a análise à qualidade da divulgação e os fatores que explicam essa divulgação (Shareef e Davey, 2005; White *et al.*, 2007 e, Schneider e Samkin, 2008); analisar a extensão e a natureza da divulgação (Singh e Kansal, 2011) e analisar as práticas de divulgação do capital intelectual nos relatórios anuais num setor e num país (Chander e Mehra, 2010). Hsu e Chang (2011) analisaram a relação da divulgação do capital intelectual com a assimetria da informação.

iii. Análise entre setores em mais que um país

Estudos de divulgação do capital intelectual são igualmente efetuados em mais que um país e com comparações entre setores/indústrias. Estudos de Guthrie *et al.* (2006); Bozzolan *et al.* (2006); Dielis (2007); Vergauwen *et al.* (2007); Dammak *et al.* (2010); Vafaei *et al.* (2011) e Kang e Gray (2011) aplicaram a metodologia de análise de conteúdo aos relatórios anuais de empresas de vários setores em mais que um país. Uma análise binária ao setor de atividade considerando a comparação de setor tradicional e não tradicional foi efetuada nos estudos de Bozzolan *et al*. (2006); Vergauwen *et al.* (2007) e Vafaei *et al.* (2011), tendo em todos estes estudos, o setor não tradicional sido assumido como um maior divulgador do capital intelectual.

iv. Análise num setor entre países

Acrescentamos ainda estudos intercontinentais considerando um só setor para investigar acerca da divulgação do capital intelectual em relatórios anuais. O estudo efetuado por Li *et al*. (2006), aplicado ao setor financeiro em nove países europeus, apresenta-se como um estudo abrangente ao considerar a análise à quantidade, à variedade, ao volume e ao foco de divulgação do capital intelectual. Este estudo, aplicado a nove entidades financeiras, concluiu que a forma de divulgação afeta a ordem das posições, ou seja, os resultados de divulgação são diferentes consoante a consideração seja a quantidade, a variedade, o volume ou o foco, o que denota alguma inconsistência na divulgação. Também Quinteiro (2009) analisou a divulgação do capital intelectual em bancos cotados na bolsa do Brasil e de Espanha. Este estudo concluiu que os bancos espanhóis divulgam maior quantidade de informação que os bancos brasileiros, no entanto, em termos de resultado da divulgação por componentes do capital intelectual há semelhanças entre os dois países, sendo o capital estrutural o que obtém maior nível de divulgação.

Mention (2011) analisa as práticas de divulgação voluntária do capital intelectual nos cinco principais bancos europeus, pertencentes a cinco países. A autora justifica a análise a este setor de atividade pelo facto de os estudos anteriores o terem negligenciado no passado e pelo reconhecimento do papel dominante que exerce na economia. A análise permitiu concluir acerca da falta de desenvolvimento de um quadro amplamente aceite para a divulgação voluntária do capital intelectual, pois as instituições poderão ter dificuldade em implementar um relatório sem uma estrutura recomendada e sem as informações estarem auditadas. O trabalho permitiu ainda concluir que uma harmonização clarificaria as dúvidas acerca do custo-benefício da divulgação e resolveria os problemas de comparabilidade ao longo do tempo, da pertinência da divulgação e da confiabilidade das informações divulgadas aos *stakeholders*. Também Gómez Rodríguez (2003) incide a sua análise a organizações do setor financeiro em dez países europeus. O objetivo do estudo foi analisar a existência de uma relação direta entre a divulgação de informação de intangíveis e a criação de valor, não sendo confirmada essa relação pelo facto de os investidores não analisarem a informação tal como ela é apresentada pelas entidades, o que leva a autora a concluir que os relatórios anuais não são o canal de informação que se pretende fiável e transparente.

Cerbioni e Parbonetti (2007) analisaram a quantidade e qualidade divulgação do capital intelectual em empresas de biotecnologia em dez países europeus. O estudo centrou-se na influência de variáveis de governo da sociedade na divulgação voluntária do capital intelectual nestas indústrias e concluiu acerca da importância que as variáveis de governo da sociedade têm na divulgação de informação do capital intelectual, fornecida por empresas europeias de biotecnologia. Davey *et al.* (2009) compararam a natureza e a extensão da divulgação do capital

intelectual em empresas europeias e norte-americanas do setor da moda. O estudo concluiu sobre uma importância significativa dada às marcas (determinante nesta indústria) pela transformação da inovação e criatividade numa vantagem competitiva sustentável. O mesmo estudo não encontrou diferenças significativas na divulgação entre as organizações dos dois continentes nos componentes de capital estrutural e capital relacional, no entanto, as organizações europeias divulgam significativamente mais capital humano.

Vergauwen e van Alem (2005), embora não tenham analisado a divulgação voluntária do capital intelectual por setores, efetuaram uma comparação da divulgação nos relatórios anuais e DF por países, concluindo existirem diferenças significativas de divulgação entre países, o que se deve, segundo a análise efetuada, às diferenças regulamentares existentes em cada um desses países. Também Vandemaele *et al.* (2005) efetuaram uma análise intercontinental da divulgação do capital intelectual nos relatórios anuais, confirmando igualmente existirem diferenças na divulgação entre esses países.

4.2 – Estudos de divulgação com análise de conteúdo a prospetos, a relatórios de e para analistas e a outros relatórios

É crescente também a utilização de relatórios de (e para) analistas financeiros, os quais determinam essencialmente decisões de investimento[61]. Há também estudos que utilizam prospetos de mercado de valores (IPO)[62]. A análise a relatórios GRI foi realizada em Portugal pelo estudo de Oliveira *et al*. (2010a). Relatórios de KPI foram analisados em bancos Australianos (Cuganesan, 2006) e relatórios do capital intelectual na Itália (Pedrini, 2007).

Uma comparação binária por indústrias foi efetuada nos estudos de Bukh *et al*. (2005), Cordazzo (2007) e Rimmel *et al.* (2009) (alta tecnologia *vs* baixa tecnologia); García-Meca e Martínez (2005) e García-Meca *et al.* (2005) (financeira *vs* não financeira); Singh e Van der Zahn (2009) (manufatura *vs* não manufatura) e Oliveira *et al*. (2010a) (intensidade em intangíveis *vs* não intensidade em intangíveis). Apenas no estudo de Bukh *et al*. (2005) foi encontrada uma associação significativa da indústria de alta tecnologia na Dinamarca com a divulgação do capital intelectual.

Flöstrand (2006) analisou relatórios de analistas para, através de indicadores do capital intelectual baseados no projeto MERITUM, verificar o uso desses indicadores por analistas financeiros em vários setores (excluindo o setor financeiro), verificando uma influência da indústria na divulgação do capital relacional. Oliveira *et al*. (2010a) analisou os Relatórios de

[61] García-Meca (2005); García-Meca *et al.* (2005); García-Meca e Martínez (2005, 2007), todos na Espanha; Flöstrand (2006), na Suécia; Lee e Guthrie (2010) e Abhayawansa (2011), na Austrália.
[62] Bukh *et al.* (2005), na Dinamarca; Cordazzo (2007), na Itália; Singh e Van der Zahn (2007, 2008, 2009), em Singapura; Rimmel *et al.* (2009), no Japão e See e Rashid (2011), na Malásia.

sustentabilidade de quarenta e duas organizações portuguesas para verificar o nível, o padrão e os determinantes de divulgação voluntária do capital intelectual. Analisou os dados em função de indústrias intensivas e não intensivas em intangíveis, não tendo encontrado associação entre a divulgação do capital intelectual e a indústria.

4.3 – Estudos de divulgação com análise de conteúdo a páginas *Web*

As *Web pages* têm sido uma crescente fonte de transmissão de informação, dada a evolução nos meios de comunicação e informação que as entidades possuem. Estudos como os de Gandía (2002, 2003); Lee *et al.* (2007); Orens *et al.* (2009) e Cormier *et al.* (2009) utilizaram nos seus estudos de divulgação do capital intelectual a análise de conteúdo às páginas *Web.* Gandía (2002, 2003) analisou a extensão e a forma como as empresas utilizam a *internet* para fornecer informações sobre os seus intangíveis. Os estudos incidiram sobre as cem maiores empresas do mundo, classificadas em três setores de atividade e agrupadas em dois continentes (europeu e norte-americano) e concluíram que, além da grande heterogeneidade na quantidade e qualidade da divulgação de intangíveis na *internet*, as empresas europeias divulgam mais do que as empresas americanas. Além disso, o setor apenas apresenta associação significativa com índice de divulgação de clientes.

Lee *et al.* (2007) pretenderam analisar a natureza e extensão da divulgação de informação do capital intelectual em hospitais australianos e concluíram sobre a influência da localização geográfica (regiões do mesmo país), da propriedade (hospitais privados) e da especialização dos serviços na divulgação de informação do capital intelectual na *internet*. Orens *et al.* (2009) analisaram os benefícios económicos de uma estratégia de divulgação de informação do capital intelectual nas *Websites* e o impacto que a divulgação tem no valor das empresas e nos custos de financiamento. O estudo composto por duzentas e sessenta e sete grandes empresas (não incluindo sociedades financeiras) de quatro países europeus concluiu que a divulgação do capital intelectual nas páginas *Web* está positivamente associada ao valor das empresas e negativamente aos custos de financiamento, o que denota a consideração da informação do capital intelectual por analistas e investidores nas suas decisões. Cormier *et al.* (2009) analisam o impacto da divulgação do capital social[63] e do capital humano na assimetria da informação, concluindo acerca da significativa influência da divulgação de informação quantitativa do capital social e do capital humano na assimetria da informação. A associação entre a divulgação de informação indicativa, qualitativa e quantitativa do capital social é significativa com a assimetria da informação, não se apresentando significativa a correlação da informação do capital humano com a assimetria da informação.

[63] Componente do capital intelectual que incide essencialmente sobre as relações estabelecidas no âmbito da responsabilidade social.

4.4 – Estudos de divulgação com combinação de fontes de dados

Uma análise combinada de fontes de dados é muito comum em estudos de divulgação de informação sobre o capital intelectual.

i. Combinação de análise a relatórios anuais com a realização de entrevistas

A combinação de análise de conteúdo a relatórios anuais com entrevistas focaliza, em grande parte dos estudos, a divulgação efetuada nos relatórios com a perceção ou decisões acerca dessa mesma informação por determinadas entidades ou sujeitos. O estudo de Entwistle (1999) utilizou uma combinação de fontes ao aplicar a análise de conteúdo a relatórios anuais com a realização de entrevistas a analistas e executivos. Este estudo pretendeu analisar a quantidade e qualidade da informação divulgada de I&D efetuada por empresas canadianas de quatro setores (tradicional; *hardware, software* e biotecnologia), concluindo sobre uma maior divulgação de informação de I&D por empresas do setor da biotecnologia/farmacêutica seguido de empresas de *software,* de *hardware* e setor tradicional. Também Guthrie *et al*. (1999) combinaram a análise de conteúdo a relatórios anuais em grandes empresas australianas de várias indústrias, com a realização de entrevistas para analisar as práticas de relato do capital intelectual. Os autores verificaram sinais de adoção de práticas de relato de forma generalizada por organizações do setor financeiro, muito embora constatassem a falta de uma abordagem concetual homogénea na divulgação do capital intelectual.

April *et al.* (2003) desenvolveram um estudo à mensuração, divulgação e gestão do capital intelectual de vinte grandes empresas sul-africanas, através da análise de conteúdo aos relatórios anuais combinada com a realização de entrevistas aos representantes seniores das organizações. O estudo concluiu acerca de uma presença intensa do capital intelectual, de um entendimento não homogéneo sobre o capital intelectual e de um baixo nível de mensuração e divulgação. A comparação dos resultados nas empresas sul-africanas e australianas demonstrou uma prática idêntica de divulgação do capital intelectual. Huang *et al.* (2010) analisaram a extensão e natureza da divulgação do capital humano em empresas de vários setores da Malásia, combinando a análise de conteúdo de relatórios anuais com a realização de entrevistas a analistas financeiros para se aferir da importância da divulgação nas decisões de investimento, concluindo que as informações do capital humano são limitadas a alguma informação qualitativa e que os analistas têm que obter informações noutras fontes de informação dada a limitada divulgação desta informação. Bezhani (2010) realizou a análise de conteúdo a relatórios anuais de universidades no Reino Unido, complementando a análise à extensão e natureza da divulgação voluntária do capital intelectual com um questionário a diretores financeiros sobre demonstrações do capital intelectual em universidades. Khan e Ali (2010) aplicaram a análise de conteúdo a relatórios anuais de instituições bancárias no Bangladesh e complementaram essa análise com um questionário a um leque de *stakeholders* sobre a perceção

de práticas de divulgação. Neste estudo, os autores consideraram não haver grande preocupação na divulgação voluntária do capital intelectual por parte dos bancos analisados, sendo a média de divulgação de apenas 29,28% e, por isso, os *stakeholders* têm maiores expetativas acerca da divulgação do que a que é realmente efetuada. Concluíram ainda que isso é essencialmente válido no que concerne à divulgação do capital humano.

ii. Combinação de análise de conteúdo a relatórios anuais com páginas *Web*

Outra combinação de fontes de dados em estudos de divulgação do capital intelectual é a análise de conteúdo a relatórios anuais complementada com a mesma análise a páginas *Web*. As páginas *Web* são um importante canal de comunicação pelo facto de uma vasta informação poder ser acessível a uma vasta gama de *stakeholders* (Striukova *et al*., 2008).

A análise de conteúdo com a combinação de fontes de dados de relatórios anuais e páginas *Web* foi a metodologia adotada por Gerpott *et al.* (2008). Este estudo incidiu sobre a qualidade da divulgação de informação do capital intelectual em empresas internacionais do setor das telecomunicações, encontrando uma maior qualidade da divulgação do capital intelectual em empresas europeias em relação à divulgação efetuada pelas empresas americanas. O estudo revela também uma baixa qualidade da divulgação de informação tanto nos relatórios anuais como nas páginas *Web*, no entanto, nos relatórios anuais a qualidade é, ainda assim, superior.

Guthrie *et al*. (2008) analisaram os relatórios anuais e as páginas *Web* de empresas australianas de alimentação e bebidas. O estudo concluiu existir uma maior divulgação de informação descritiva (com 94,2% do total da divulgação), do que que informação monetária (com apenas com 0,8%), e não monetária (com 5% do total de divulgação de informação do capital intelectual). O estudo concluiu também sobre uma maior divulgação do capital intelectual nos relatórios anuais relativamente à divulgação realizada nas páginas *Web* das organizações. Nesta análise, os elementos mais divulgados nos relatórios anuais referem-se à filosofia de gestão (elemento do capital estrutural), seguido de informação de marcas e canais de distribuição (capital relacional) e formação (capital humano). Na *internet* as informações sobre canais de distribuição são pouco relevantes, sobressaindo, além da filosofia de gestão e marcas, a apresentação de informação sobre a satisfação do cliente (capital relacional) e de espírito empresarial (capital humano).

Sousa (2009) e Branco *et al.* (2011) compararam a divulgação do capital intelectual nos relatórios anuais e páginas *Web* de empresas portuguesas, separando a análise entre setores intensivos em capital intelectual e setores tradicionais. Como seria de esperar, foi confirmada uma maior divulgação de informação do capital intelectual nos setores intensivos em capital intelectual relativamente à divulgação no setor tradicional. Estes estudos concluíram também acerca de uma maior divulgação de informação nas páginas *Web* relativamente aos relatórios

anuais em ambos os setores. Gerpott *et al.* (2008) testaram a complementaridade de divulgação de informação nos relatórios anuais e páginas *Web* e concluíram sobre o uso complementar de ambas as fontes para a divulgação de informação do capital intelectual. Os autores consideram que, dado a divulgação nos relatórios anuais satisfazer primeiramente as solicitações institucionais sendo, por isso, divulgação mais formal e fidedigna, a página *Web* deverá apresentar-se como um meio para complementar a informação e não como forma de substituição da divulgação de informação. Sousa (2009) e Branco *et al.* (2011) embora não tenham testado empiricamente a complementaridade, concluíram acerca dessa tendência.

Striukova *et al.* (2008) analisaram as práticas de divulgação do capital intelectual em diversos relatórios corporativos de empresas do Reino Unido pertencentes a quatro setores de atividade, assim como, uma análise à divulgação efetuada nas páginas *Web*. Combinaram ainda o estudo com a realização de entrevistas a executivos séniores das empresas. Concluíram acerca da influência da intensidade em capital intelectual na divulgação, ou seja, maior divulgação em setores de atividade com maior intensidade em capital intelectual. Encontraram igualmente uma divulgação superior nas páginas *Web* do que a realizada nos relatórios anuais e contabilísticos.

iii. Combinação de análise entre relatórios

A combinação de análise de conteúdo a relatórios anuais e outros relatórios é também comum em estudos de divulgação do capital intelectual. Vergauwen e van Alem (2005) analisaram os relatórios anuais e as DF de três países europeus, concluindo sobre a existência de diferenças na divulgação do capital intelectual entre países, que consideraram ser devido a diferenças de âmbito normativo. Também White *et al.* (2010) analisaram a natureza e extensão da divulgação voluntária do capital intelectual nos relatórios anuais e DF de empresas de biotecnologia na Austrália e Reino Unido. Neste estudo, a extensão da divulgação é influenciada pelo país enquanto a natureza da divulgação é influenciada pelo efeito alavancagem: a média de divulgação do índice de clientes é maior nos relatórios anuais das empresas australianas com maior alavancagem enquanto no Reino Unido a maior divulgação do índice de I&D é nas empresas com menor alavancagem.

Guthrie *et al.* (2009) analisaram as práticas de divulgação do capital intelectual pela combinação da análise a relatórios anuais e a relatórios do capital intelectual de uma organização sem fins lucrativos australiana. O tipo de informação divulgada e a forma de divulgação difere na fonte de divulgação (relatórios anuais e relatórios do capital intelectual), assim como difere o padrão e a incidência de divulgação nos quatro anos analisados. Os autores reclamam, por isso, um quadro credível e comparável para análises longitudinais de divulgação.

Branswijck e Everaert (2012) compararam a divulgação do capital intelectual em relatórios anuais e prospetos IPO na Bélgica e na Holanda. O estudo concluiu que a divulgação do capital

intelectual é superior nos prospetos IPO do que a divulgação efetuada nos relatórios anuais. Esta situação é justificada pelo facto de os gestores acreditarem que a divulgação de informação de capital intelectual ao mercado reduz a assimetria da informação. O estudo concluiu ainda que a indústria influencia a divulgação do capital intelectual, sendo a divulgação significativamente inferior nas indústrias de bens de consumo e de serviços do que nas restantes indústrias.

5 – Enquadramento setorial e normativo

Face à liberalização e globalização da economia, o setor bancário desempenha atualmente um papel dominante no crescimento das economias dos países (Mohiuddin *et al.*, 2006 e Wang *et al*., 2011). Kantawala (2004, p. 1651) refere que "os bancos são o coração do sistema financeiro especialmente em países desenvolvidos e em desenvolvimento". Nas economias mais emergentes, a alteração regulamentar é estruturada para facilitar a liberalização e privatização da economia e incentivar a globalização (Deol, 2009). Esta liberalização financeira tem sido adotada pela maioria dos países na definição da sua política financeira (Chen e Pan, 2011)[64]. A importância do setor bancário no desenvolvimento económico é de tal ordem que Mohiuddin *et al.* (2006) comparam a economia de um país e o seu sistema bancário a "gémeos siameses".

O setor bancário tem que viver num contexto de mudança numa economia onde a competitividade é a chave para a sobrevivência (Wang *et al.*, 2011), tendo os novos desafios tecnológicos e organizacionais, resultado numa procura por novas competências (Cabrita e Bontis, 2008). Um dos avanços mais notáveis no setor bancário internacional durante as duas últimas décadas tem sido o aumento acentuado da concorrência através da participação de bancos estrangeiros nos mercados emergentes (Poghosyan, 2010), concorrência que exerceu uma pressão adicional sobre as organizações financeiras para reduzir ineficiências e obter economias de escala (Mention, 2011). Moyo e Rohan (2006), citados por Barako e Brown (2008) referem que o setor dos serviços financeiros desempenha um papel fundamental na promoção do desenvolvimento sustentável através de sua intermediação financeira. Acrescentam que cada vez mais o processo de financiamento de atividades de negócios é visto como uma forma de estimular e controlar os impactos do setor empresarial numa economia mais ampla. Goh (2005) refere que na economia do conhecimento, os bancos, agindo como intermediários financeiros de fundos necessários por empresas, prestam um serviço essencial no estímulo do crescimento económico.

O setor financeiro carateriza-se por ser um setor que atua com sistemas de alta tecnologia; intensivo em conhecimento; sujeito a fortes inovações e alterações tecnológicas; onde o risco e

[64] Esta liberalização/desregulamentação fez com que surgissem novos bancos privados nacionais e entrassem bancos estrangeiros; se desenvolvessem novas atividades bancárias, assim como produtos e serviços inovadores e provocou maior dinamização do mercado financeiro.

incertezas são parte integrante do negócio (Kantawala, 2004), tal como a turbulência e a competitividade (Cabrita e Bontis, 2008). É ainda um setor muito regulamentado fruto da complexidade das operações, do elevado interesse público e da necessidade de proteção dos utilizadores e do sistema financeiro em geral. Além disso, tem uma interferência profunda na economia e um potencial de impacto social por influenciar um grande número de *stakeholders* (Chen e Pan, 2011). É ainda um setor que atua num contexto de economia global, requerendo, por isso, maior transparência e confiabilidade. Olubukunola´Ranti e Stephen (2011) acrescentam que a estabilidade do setor bancário tem uma grande externalidade positiva e que a estabilidade do setor financeiro, por sua vez, tem uma externalidade profunda sobre a economia como um todo[65]. Romero-Ávila (2011) justifica essa externalidade pela transparência na divulgação de informação que permite que os bancos compartilhem informações resultando na obtenção de benefícios mútuos.

O capital intelectual é gerado por meio da integração sistemática do conhecimento. Isto é especialmente verdade para os bancos, porque o conhecimento necessário para operações bancárias é mais complexa do que na maioria dos setores. Neste setor, o "cognitivismo" e "conetivismo" são considerados os principais criadores de conhecimento (Shih *et al.*, 2010). Os serviços tradicionais no setor bancário, tais como depósitos e empréstimos não foram capazes de satisfazer as necessidades da economia atual, que é mutável e tem várias procuras. Para atender às exigências dos clientes, o setor bancário deve combinar todos os tipos de conhecimentos especializados com a utilização das TIC. Assim, a natureza mutável da banca, juntamente com uma maior participação nos mercados de capitais, criou uma necessidade de habilidades e sistemas de transações que os serviços tradicionais (tais como depósitos e empréstimos) não foram capazes de satisfazer (Cabrita e Bontis, 2008 e Wang *et al.*, 2011)[66].

O setor bancário sofreu mudanças drásticas nos últimos anos: novas estratégias de negócios (atividades *off-balance*[67]), novos modelos e formas de fazer negócios (por exemplo, *e-banking*, *mobile banking*), novas formas de organizações (por exemplo, subcontratação, alianças estratégicas), inúmeras fusões e aquisições que afetam o setor e, também, os desafios regulamentares (Mention, 2011). Estes avanços nos produtos transacionados e nas tecnologias utilizadas, as alterações regulamentares, a expansão geográfica e a rápida resposta às crescentes

[65] Externalidades são efeitos sobre atividades que envolvem a imposição involuntária de custos ou de benefícios sobre terceiros sem que estes tenham a obrigação de os pagar ou o direito de os receber. Um exemplo de externalidade positiva é a I&D, pois os seus efeitos sobre a sociedade são geralmente muito positivos sem que esta tenha que pagar pelo seu benefício (definição obtida em http://www.knoow.net/cienceconempr/economia/externalidades.htm).

[66] Cabrita e Bontis (2008) referem que o setor bancário português afastou o tradicional modelo "*spread-based"* (por exemplo, depósitos e empréstimos) para um modelo mais avançado de *"fee-based"* (por exemplo, fundos de investimento e gestão de imóveis).

[67] Compromissos ou responsabilidades assumidas pela instituição perante terceiros, sem serem relevadas em contas patrimoniais ativas ou passivas, sendo obrigatoriamente divulgadas.

solicitações dos clientes, têm obrigado os bancos a repensar os seus papéis como intermediários financeiros (Walter, 2009). Assim sendo, os bancos terão que ter uma gestão pró-ativa e inovadora no desenvolvimento de novos produtos e serviços financeiros, ou seja, um desenvolvimento contínuo do conhecimento como um recurso importante no setor financeiro. Ao continuar a melhorar os produtos e serviços e desenvolver as redes, as instituições financeiras são capazes de criar mais oportunidades de negócios, atingindo mais consumidores e com prestação de serviços personalizados (Shih *et al*., 2011). Este é, por isso, um setor em que a satisfação tem um efeito direto na lealdade, na reputação e na recomendação (Bontis *et al*., 2007). Um dos maiores desafios do setor bancário foi a utilização massiva da *internet*. A banca eletrónica cresceu drasticamente e apresenta-se atualmente como um dos mais importantes meios tecnológicos de prestação de serviços bancários e de emissão de informação. A construção desta "visibilidade" oferece ao setor riscos e oportunidades: os bancos que apostaram estrategicamente em manter uma forte presença na *internet* não só vão ganhar uma maior visibilidade, como também sofrem pressões para divulgar mais e melhores informações corporativas (*e-transparency*) (Serrano-Cinca *et al.*, 2007). Cabrita e Bontis (2008) defendem que as TIC, além de reduzirem gastos operacionais, ajudam a melhorar a qualidade através da realização de operações em tempo real, da constante atualização das informações, da redução de atrasos e do aumento da confiabilidade dos *outputs*.

O setor financeiro, e em particular a indústria bancária, é intensivo em conhecimento (Mavridis, 2004). É, por isso, o campo ideal para concentrar esforços de pesquisa, pois assenta em elevados níveis de capital intelectual (Mavridis, 2004 e Goh, 2005). Segundo Kubo e Saka (2002) e Mavridis (2004), o setor bancário é ideal para a investigação do capital intelectual porque,

- existem dados fiáveis disponíveis sob a forma de contas publicadas;
- a natureza de negócios do setor bancário é "intelectualmente" intensiva; e,
- toda a equipa é (intelectualmente) mais homogénea do que em outros setores da economia.

Uma interação entre conhecimento e experiência melhora a qualidade dos produtos e serviços para satisfazem as necessidades dos clientes, ou seja, o desempenho do capital humano apresenta uma influência significativa no capital estrutural e no capital do cliente (Shih *et al.*, 2010). Os bancos e os seus clientes tornaram-se mais flexíveis e mais comunicativos, em parte devido à nova tecnologia e também a um nível superior de educação e competência (Cabrita e Bontis, 2008). Assim, além da grande dependência sobre os trabalhadores do conhecimento individual, os bancos atendem igualmente a outras caraterísticas típicas de organizações intensivas em conhecimento, nomeadamente o papel das tecnologias e a frequente interação

entre colaboradores e clientes[68]. Na verdade, as atividades bancárias envolvem uma interação estreita com clientes e dependem, em grande medida, da integração das TIC para o desenvolvimento de novos produtos e serviços, bem como para a automação de processos (Mention, 2011).

Enquanto o capital físico é essencial para os bancos operarem, é o capital intelectual que determina a qualidade dos serviços fornecidos aos clientes (Goh, 2005). Assim, a indústria bancária é tipicamente conhecimento-intensiva, pois envolve as atividades de intercâmbio de serviços (conhecimento) em vez de troca de produtos (Shih *et al.*, 2010). Os bancos usam uma quantidade enorme de capital humano e capital cliente para a sua sobrevivência (Kamath, 2007 e Wang *et al.*, 2011), ou seja, precisam criar um ambiente no qual as pessoas (capital humano) podem produzir resultados extraordinários (capital de cliente) (Sahrawat, 2008). Também o capital tecnológico é fundamental neste setor, pois constitui um fator de desenvolvimento e de maior capacidade de resposta à concorrência. A tecnologia tem um papel relevante na indústria bancária na medida em que os sistemas informáticos, as bases de dados e as redes terão que ser constantemente adaptados a produtos e serviços mais exigentes, nomeadamente os prestados por via eletrónica. A interação entre o capital estrutural e o capital relacional é um objetivo fundamental para os bancos, pois a criação de valor para o cliente já não se encontra numa única transação mas na manutenção e desenvolvimento de transações (Cabrita e Bontis, 2008). Os desafios operados na economia em geral e no setor financeiro em particular têm afetado a natureza das atividades e induzido ao desenvolvimento de novas habilidades e competências (capital humano), mas também a mudanças nas organizações em termos de processos e tecnologias (capital estrutural), assim como nas relações com os *stakeholders* (capital relacional) (Mention, 2011).

Devido à complexidade crescente das atividades financeiras prosseguidas pelos bancos e as consequentes dificuldades em as monitorizar e controlar eficazmente, as entidades supervisoras têm contado com a disciplina de mercado na aplicação de mecanismos de supervisão e auxílio na sua fiscalização, através do desenvolvimento de elevados padrões de qualidade para melhorar divulgações opacas e corrigir as suas deficiências (Oliveira *et al.*, 2011). A complexidade e opacidade de grande parte das operações efetuadas por grandes organizações fizeram com que, nos últimos anos, as autoridades de supervisão bancária se concentrassem mais intensamente no uso de informações sobre o mercado para aprimorar o processo de identificação de riscos e contenção dos comportamentos de risco das instituições (Curry *et al*., 2008).

[68] Mukherjee e Nath (2003), citados por Cabrita e Bontis (2008) referem que em setores altamente competitivos, como o setor dos serviços financeiros, a confiança tem uma importância vital no desenvolvimento de relações do banco *online* devido à falta de interação física entre o pessoal do banco e o cliente.

Khan e Ali (2010) e Mention (2011) consideram que a análise à indústria bancária, sendo uma indústria que exerce um papel relevante na economia é, em grande medida, negligenciada pelos académicos nos seus estudos de divulgação do capital intelectual. Em muitas situações, a exclusão desta indústria das investigações de âmbito académico, acontece devido às suas especificidades nomeadamente à sua rigorosa regulamentação a que está sujeito.

Regulamentação contabilística do setor bancário

Dado o especial interesse público do setor bancário, as instituições financeiras estão sujeitas a um conjunto de regras e princípios contabilísticos diferentes dos que são aplicados ao setor não financeiro. O Regime Geral das Instituições de Crédito e Sociedades Financeiras (RGICSF)[69] regula o exercício da atividade das instituições de crédito e das sociedades financeiras (artigo 1º), conferindo ao BdP autoridade para definir as regras de atuação das mesmas. O artigo 2º deste diploma define o âmbito das instituições de crédito como sendo "as empresas cuja atividade consiste em receber do público depósitos ou outros fundos reembolsáveis, a fim de os aplicarem por conta própria mediante a concessão de crédito, assim como as empresas que tenham por objeto a emissão de meios de pagamento sob a forma de moeda eletrónica". O seu artigo 3º apresenta como instituições de crédito, entre outras, os bancos.

O BdP possui um elevado poder sobre a contabilidade dos bancos, quer seja através da sua competência de supervisão, quer através da emissão de Instruções, Avisos, Cartas circulares ou outros meios normativos, como também uma função fiscalizadora, através da definição de normas de contabilidade aplicáveis às instituições sujeitas à sua supervisão. Outras questões contabilísticas aplicadas ao setor bancário são resolvidas através de diplomas legislativos do Governo (Decretos-Leis), nomeadamente a transposição para o ordenamento nacional de Diretivas Comunitárias sobre estas matérias. O BdP define também os elementos que as mesmas instituições lhe devem remeter e os que devem publicar (artigo 115º do RGICSF)[70]. Destaca-se igualmente como competência regulamentar do BdP a definição de regras no âmbito da constituição de instituições de crédito e sociedades financeiras, através do cumprimento de "dispositivos sólidos em matéria de governo das sociedades", tendo igualmente que consultar a CMVM sempre que o objeto das instituições visadas compreenda alguma atividade de intermediação de instrumentos financeiros, ou ainda o Instituto de Seguros de Portugal sempre que se tratar da constituição de uma empresa de seguros[71]. O BdP tem também poderes para

[69] Lei-quadro do sistema financeiro ou Lei bancária, pelo qual se rege o sistema financeiro português, aprovado pelo Decreto-Lei n.º 298/92, de 31 de dezembro com a última atualização pelos Decretos-Leis n.º 88/2011, de 20 de julho e 119/2011, de 26 de dezembro.

[70] Sem prejuízo do disposto pela Comissão de Normalização Contabilística (CNC) e pela Comissão de Mercado de Valores Mobiliários (CMVM).

[71] Os dispositivos sólidos em matéria de governo das sociedades devem incluir: uma estrutura organizativa clara, com linhas de responsabilidade bem definidas, transparentes e coerentes; processos eficazes de identificação, gestão, controlo e comunicação dos riscos a que está ou possa vir a estar exposta; mecanismos adequados de controlo interno,

estabelecer regras de conduta que considere necessárias para complementar e desenvolver as fixadas no RGICSF, emitir recomendações e determinações específicas, bem como aplicar coimas e respetivas sanções acessórias, não prejudicando os poderes atribuídos à CMVM, pelo Código dos Valores Mobiliários (CVM) (artigo 76º do RGICSF). O artigo 99º do RGICSF atribui igualmente competência regulamentar ao BdP para definir regras estruturais nas relações a observar entre as rubricas patrimoniais e estabelecer limites prudenciais à realização de operações que as instituições de crédito estejam autorizadas a praticar, em ambos os casos, quer em termos individuais, quer em termos consolidados, nomeadamente (…) prazos e métodos da amortização das instalações e do equipamento, das despesas de instalação, de trespasse e outras de natureza similar (alínea f) do n.º 1).

Este particular quadro normativo-contabilístico aplicado a todas as matérias de âmbito contabilístico às instituições bancárias é incomparavelmente mais exigente do que o aplicado às entidades não financeiras. Esta particularidade justifica-se, além do interesse público das instituições de crédito, na delineação da atividade bancária, definida através de indicadores contabilísticos (essencialmente no âmbito do seu capital próprio). Neste âmbito salientamos medidas que visam estabelecer regras prudenciais de gestão financeira a nível mundial, emitidas pelos Acordos de Capital de Basileia (oficialmente denominados *International Convergence of Capital Measurement and Capital Standards*) produzidas pelo Comité de Basileia de Supervisão Bancária (*Basel Committee on Banking Supervision* - BCBS)[72].

O Acordo de Basileia I foi assinado em 1988 com o objetivo de fortalecer a solidez e a estabilidade do sistema bancário através da criação de exigências de um padrão mínimo de capital, que devem ser respeitadas pelos bancos, como precaução contra riscos de insolvência das instituições bancárias. Em 2004, o Comité de Basileia lançou o Acordo de Basileia II73 em substituição do Acordo de Basileia I. Este Acordo fixa três pilares e quatro princípios básicos sobre contabilidade e supervisão bancária com práticas de gestão de risco mais consistentes e abarcando outras regras que não apenas a determinação de capital. O primeiro pilar visa aumentar a exigência dos requisitos mínimos de capital à cobertura de risco de crédito, risco de mercado e risco operacional. O segundo pilar reforça os requisitos de capital não contemplado no primeiro pilar e determina os princípios dos processos de revisão e supervisão bancária e o terceiro pilar estipula exigências de disciplina de mercado, nomeadamente no âmbito dos requisitos de divulgação de gestão do risco e dos processos de controlo adotados.

---

incluindo procedimentos administrativos e contabilísticos sólidos e políticas e práticas de remuneração que promovam e sejam coerentes com uma gestão sã e prudente dos riscos (Artigo 17º n.º 1 f) o RGICSF). O Regulamento da CMVM n.º 1/2010 estipula a estrutura e as práticas de governo societário do relatório a emitir por sociedades emitentes de ações admitidas à negociação em mercado regulamentado.

[72] É um Comité que reúne representantes de bancos centrais e autoridades de supervisão bancária de vários países, cujas reuniões decorrem, geralmente, no *Bank for International Settlements* em Basel, na Suíça.

[73] "*International Convergence of Capital Measurement and Capital Standards*".

Em 2010 o Comité de Basileia publicou o Acordo de Basileia III[74] que integra alterações regulamentares no domínio de capital, liquidez e rácio de alavancagem, os quais serão aplicados, de modo faseado, a partir de 2013. Segundo este documento, a crise relevou a importância da liquidez para um adequado funcionamento dos mercados financeiros e do setor bancário. É explicitamente referido que antes da crise, os mercados gozavam de grande dinamismo e de grande facilidade de obtenção de financiamento a preços baixos. No entanto, a rápida reversão das condições de mercado demonstrou a volatilidade da liquidez.

Mediante o contexto financeiro e económico e as regulamentações emitidas pela UE, o BdP impôs aos bancos portugueses maior rigor na gestão da liquidez e do capital, ao regulamentar a necessidade de reforço dos seus fundos próprios, com vista à necessária convergência para os objetivos definidos no âmbito de Basileia III. Estas medidas visam aumentar a resiliência do setor bancário através do reforço da qualidade e da consistência do capital, com vista a assegurar que os riscos assumidos pelos bancos se encontram adequadamente suportados por uma base de capital de elevada qualidade, que seja facilmente comparável entre instituições.

Os normativos contabilísticos do setor bancário sofreram alterações significativas ao longo do período em que as informações foram analisadas na presente investigação. Para sistematizar estas alterações e a sua aplicação concreta ao setor bancário nas matérias contabilísticas na nossa análise, identificamos dois períodos temporalmente diversos:

A. Período temporal até 31 de dezembro de 2004

As IAS/IFRS[75], até 2005, não se aplicavam na elaboração da contabilidade dos bancos, estando exclusivamente sujeitos às regras definidas pelo BdP. A contabilidade bancária, afastada da contabilidade do setor não financeiro, cobria todas as matérias contabilísticas no âmbito deste setor, não assumindo matérias omissas que pudessem ser resolvidas pelas IAS/IFRS (através da aplicação supletiva, tal como acontece com a contabilidade do setor não financeiro), tendo o BdP uma função muito ativa na orientação contabilística do setor bancário. A abrangência legislativa deste setor em termos contabilísticos neste período foi a que a seguir se descreve.

A Diretiva do Conselho n.º 86/635/CEE, de 8 de dezembro de 1986 (4ª Diretiva Comunitária), procedeu à harmonização das regras essenciais a que deve obedecer a prestação de contas dos bancos e de outras instituições financeiras estabelecidos nos Estados membros das Comunidades Europeias. O Decreto-Lei n.º 91/90, de 17 de março transpôs para a ordem

[74] "*International framework for liquidity Risk measurement, standards and monitoring*".
[75] As normas contabilísticas emitidas pelo IASB tomam o nome de IAS, sendo redenominadas para IFRS as que foram emitidas a partir de 2001. A designação mais comum a nível nacional é a de NIC para as IAS e, NIRF (Normas Internacionais de Relato financeiro) para as IFRS.

jurídica interna, através do BdP, o Plano de Contas para o Sistema Bancário (PCSB)[76] para as contas individuais, sendo o referente às contas consolidadas referido na 7ª Diretiva n.º 83/349/CEE, de 13 de junho de 1983, mas estabelecidas as regras de natureza mais geral através do Decreto-Lei n.º 36/92, de 28 de março. O artigo 7º deste diploma esclarece que cabe ao BdP definir regras concretas, nomeadamente os métodos e técnicas a utilizar, bem como a estrutura do Balanço consolidado, da Demonstração de resultados consolidada e do Anexo. O mesmo diploma obriga à elaboração dos documentos de prestação de contas consolidadas relativamente aos exercícios de 1992 e seguintes. A regulamentação bancária deste diploma concretizou-se com a publicação da Instrução n.º 71/96 do BdP, a qual estipula as regras de consolidação a aplicar, tal como os princípios, os métodos a utilizar, os critérios valorimétricos, a estrutura das contas consolidadas, entre outras regras a adotar no processo de consolidação.

A Instrução n.º 4/96 do BdP define no seu n.º 1 que "a contabilidade das instituições de crédito e das sociedades financeiras (…) regem-se pelas normas do PCSB, em anexo à presente Instrução", ou seja, as instituições de crédito (bancos) utilizavam o PCSB como normativo contabilístico geral. O anexo I à Instrução n.º 71/96 do BdP define o modelo de Balanço consolidado e Demonstração consolidada de resultados. O anexo II à referida Instrução (elementos de informação complementar ao Balanço consolidado e à Demonstração consolidada de resultados) define as informações a apresentar no âmbito da consolidação de contas com vista a uma uniformização dos critérios contabilísticos de base, observada pelas entidades consolidantes, sendo as matérias definidas para divulgação complementar essencialmente no âmbito das exclusões de consolidação e diferenças de consolidação, das correções excecionais nos ativos fixos tangíveis e em matéria de revalorizações.

O Aviso n.º 6/2003 do BdP determina a publicação obrigatória de contas consolidadas das quais devem fazer parte[77]: o Balanço consolidado e a Demonstração consolidada de resultados; o Anexo às contas consolidadas; o Relatório de gestão; a Certificação legal das contas consolidadas, quando aplicável pela lei geral e o Parecer do órgão de fiscalização, quando este exista (artigo 3º n.º 2, texto alterado por Avisos posteriores). A forma de publicação exigida é no sítio da *internet* do BdP, no prazo de 30 dias após aprovação (artigo 4º n.º 1, texto alterado por Avisos posteriores); no sítio da *internet* das respetivas instituições; no Diário da República e num jornal não oficial de grande circulação nacional (artigo 3º-A). Também o CVM define a obrigatoriedade de publicação na *internet* de diversa informação institucional (sob a forma de documentos legais) para os emitentes de valores mobiliários admitidos à negociação em mercado regulamentado. O artigo 11º desse diploma define ainda o âmbito da normalização da

[76] Aprovado pelo Decreto-Lei n.º 455/78, apresentado em anexo à Instrução n.º 4/96 do BdP, que veio a sofrer sucessivas alterações.
[77] Tal como definido no Código das Sociedades Comerciais (CSC).

informação nas sociedades com títulos admitidos à cotação, referindo que "1 - ouvida a CNC e da Ordem dos Revisores Oficiais de Contas, a CMVM pode, através de regulamento, definir regras, harmonizadas com padrões internacionais, sobre o conteúdo, a organização e a apresentação da informação económica, financeira e estatística utilizada em documentos de prestação de contas, bem como as respetivas regras de auditoria". Concretamente, no que respeita às sociedades financeiras, este mesmo artigo acrescenta que "2 - a CMVM deve estabelecer com o BdP e com o Instituto de Seguros de Portugal regras destinadas a assegurar a compatibilização da informação a prestar, nos termos do número anterior, por intermediários financeiros sujeitos também à supervisão de alguma daquelas autoridades". A estrutura de apresentação das DF foi definida pelo BdP para as entidades sujeitas à sua supervisão, desconhecendo-se, no entanto, quaisquer orientações explícitas do BdP no sentido de seguir as regras de divulgação baseadas nas normas internacionais.

No que diz respeito aos ativos intangíveis, o PCSB permite o reconhecimento como tal de despesas como trespasses; despesas de estabelecimento; custos plurianuais; despesas de I&D; sistemas de tratamento automático de dados (*software*); despesas de constituição ou instalação; despesas notariais e de registo com aumentos de capital; campanhas publicitárias; estudos e projetos; consultoria, entre outras[78].

Quanto ao *goodwill*, as políticas contabilísticas definidas pelo BdP definiam que o *goodwill* resultante das concentrações de atividades empresariais fosse registado por contrapartida de reservas no ano de aquisição (a abater ao capital próprio - método do abate ou de eliminação)[79]. Este método faz desaparecer do ativo do Balanço imediatamente depois da operação de aquisição, a quantia investida no *goodwill.* Esta hipótese de tratamento baseia-se na consideração da existência do *goodwill* como um elemento sem valor, tratando-se apenas de um sobre-preço pago, sem que a sua existência esteja associada a quaisquer expetativas de obtenção de benefícios futuros para além do ano de aquisição, não cumprindo, por isso, os requisitos de reconhecimento como ativo (Rodrigues, 2006). Em termos de contas de sociedades não financeiras, Portugal aceitou, no seu enquadramento contabilístico, como método de contabilização do *goodwill*, a sua capitalização e amortização sistemática, não admitindo a eliminação a capitais próprios nem sequer como alternativa, apesar da 7ª Diretiva o autorizar. Ainda assim, segundo Rodrigues (2006), quase 50% dos grupos não financeiros portugueses

[78] O PCSB define a seguinte estrutura de contas para as imobilizações incorpóreas: 41 – Imobilizações Incorpóreas: 410 – Trespasses; 411 - Despesas de estabelecimento, 4110 - De constituição (regista todos os custos inerentes à constituição da instituição, nomeadamente estudos económicos e despesas com formalidades legais*)*, 4119 – Outras; 412 - Custos plurianuais (inclui, designadamente, custos com aumentos de capital e estudos de mercado)*;* 413 - Despesas de I&D; 414 - Sistemas de tratamento automático de dados ("*software*"); 419 – Outras.

[79] Apesar de o estipulado pelas NIC como único tratamento do *goodwill* (desde a última revisão da IAS 22, 1998), ser a sua capitalização.

optavam pela contabilização do *goodwill* nos capitais próprios[80]. Da mesma forma, os bancos, nas suas contas consolidadas, continuaram a adotar como política de reconhecimento do *goodwill* a dedução aos capitais próprios, o que coloca alguns entraves na qualidade da informação a prestar aos seus utilizadores pois, além de não refletir o investimento efetuado, provoca uma diminuição nos capitais próprios consolidados. Também a comparabilidade (logo a sua utilidade), a relevância e a fiabilidade das DF ficam seriamente comprometidas pela utilização de métodos antagónicos de contabilização do *goodwill.*

No que concerne às exigências de divulgação no âmbito dos ativos intangíveis, o PCSB, apenas contempla, no anexo à Instrução n.º 4/96 do BdP[81], a divulgação de ativos intangíveis através de uma reconciliação das quantias escrituradas no início do período, das alterações do período (aumentos, transferências, amortizações, regularizações e abates) e a situação do valor final dos ativos intangíveis, não sendo exigida qualquer outra divulgação adicional.

B. Período temporal iniciado em 1 de janeiro de 2005

O Regulamento (CE) n.º 1606/2002 do Parlamento Europeu e do Conselho, de 19 de julho, relativo à aplicação das NIC em Portugal através do Decreto-Lei n.º 35/2005, de 17 de fevereiro, determina, no seu artigo 4º que, "em relação a cada exercício financeiro com início em ou após 1 de janeiro de 2005, as sociedades cujos valores mobiliários estiverem admitidos à negociação num mercado regulamentado de qualquer Estado membro, elaborem as suas contas consolidadas em conformidade com as NIC". O mesmo regulamento estabelece que os Estados membros podem permitir ou exigir que as contas individuais das sociedades e as contas consolidadas de sociedades cujos valores mobiliários não estiverem admitidos à negociação num mercado regulamentado, sejam também elaboradas em conformidade com as mesmas NIC. Estas normas, emitidas pelo IASB, visam a harmonização contabilística internacional, maior comparabilidade entre entidades, maior transparência e melhor qualidade da informação, podendo, desta forma, os mercados ver aumentada a confiança dos seus intervenientes.

A regulamentação comunitária, confinando-se apenas às contas consolidadas, resultou na emissão do Aviso n.º 1/2005 do BdP, o qual considera vantajosa a aplicação das normas internacionais às entidades que não tenham títulos admitidos à negociação[82], assim como, considera desejável aproximar o enquadramento das contas individuais das instituições sujeitas à supervisão do BdP às práticas contabilísticas internacionais. Neste Aviso acrescenta-se que, dada a complexidade que as normas internacionais poderão representar para algumas

[80] Também no Anexo de alguns grupos bancários é divulgado, no momento da aplicação das IFRS em 2005, que manterão o critério do registo do *goodwill* resultante de aquisições efetuadas até 1 de janeiro de 2004 em reservas consolidadas, não aplicando retroativamente a IFRS 3, tal como permitido pela IFRS 1- adoção pela primeira vez das NIRF (em 2004).
[81] Com sucessivas alterações.
[82] Artigo 4º do Regulamento (CE) n.º 1606/2002, de 19 de julho.

instituições cuja dimensão não se coaduna com a aplicação das mesmas, assim como, a necessidade de estabelecer um regime transitório durante o ano 2005[83] para uma melhor adaptação ao novo enquadramento contabilístico, determina o BdP a não aplicação do novo padrão contabilístico às instituições não abrangidas pelo referido Regulamento, mantendo, transitoriamente, a aplicação da Instrução n.º 4/96 do BdP nas contas individuais (ou seja, o PCSB). Para as contas consolidadas (de entidades sem títulos admitidos à negociação num mercado regulamentado), são admitidas, unicamente para este ano, a utilização das regras do PCSB, as Normas de Contabilidade Ajustadas (NCA) emitidas pelo BdP ou, alternativamente, a plena adoção das NIC[84]. Neste âmbito, também a Carta circular n.º 102/2004/DSB, de 23 de dezembro de 2004, define claramente no seu n.º 3 que durante o exercício que se inicia em 1 de janeiro de 2005 se justifica a aplicação do seguinte regime transitório: "a) permitir a elaboração das contas consolidadas das entidades supervisionadas pelo BdP, não abrangidas pelo artigo 4º do Regulamento (CE) n.º 1606/2002, de acordo com as NIC ou de acordo com as NCA; b) permitir que as instituições que se prevaleçam de uma das opções previstas na alínea anterior possam elaborar as suas contas individuais de acordo com as NCA ou, alternativamente, de acordo com a Instrução n.º 4/96 (PCSB); c) as instituições que não se prevaleçam de nenhuma das opções previstas na alínea a) deverão continuar a elaborar as suas contas individuais e consolidadas em conformidade com as Instruções n.º 4/96 (PCSB) e n.º 71/96, respetivamente". A mesma Carta circular esclarece que para a adoção das novas normas, as instituições abrangidas por este regime transitório poderão optar entre cinco cenários, os quais passamos a transcrever no modelo esquemático adotado na Carta circular[85].

	Contas consolidadas	Contas individuais
Cenário 1	NIC	NCA
Cenário 2	NIC	Instrução n.º 4/96
Cenário 3	NCA	NCA
Cenário 4	NCA	Instrução n.º 4/96
Cenário 5	Instrução n.º 71/96	Instrução n.º 4/96

As NCA[86] têm por base as IFRS (juntamente com a estrutura concetual para a apresentação e preparação das DF), bem como as interpretações emitidas pelo *International Financial*

[83] Sublinhado nosso.
[84] Aviso n.º 1/2005, n.º 5-1, com redação introduzida pelo Aviso n.º 13/2005 do BdP.
[85] Dadas as possibilidades existentes, este regime transitório provocou em termos de comparabilidade algumas discrepâncias. Veja-se, a título de exemplo, a apresentação das contas consolidadas de 2005 de três bancos que não sendo obrigados a apresentar as contas com base nas IAS/IFRS nesse ano, apresentaram-nas com base numa das três possibilidades concedidas à elaboração das contas consolidadas: banco Itaú (adotou as NIC); banco BIG (aplicou o PCSB) e Banco BBVA Portugal (adotou as NCA).
[86] Artigo 13º do Decreto-Lei n.º 35/2005, de 17 de fevereiro.

Reporting Interpretations Committee (IFRIC)[87] em vigor e adotadas pela UE. As NCA resultam, assim, das NIC, excetuando-se as matérias definidas nos ns.º 2 e 3 do Aviso n.º 1/2005 e o n.º 2 do Aviso n.º 4/2005 do BdP, nos quais não se aplicam as matérias definidas no âmbito das NIC mas sim o estipulado pelo BdP[88]. Assim, a partir de 1 de janeiro de 2006 (sendo o ano de 2005 contemplado com um regime de exceção), as NIC são o modelo legal das contas consolidadas das entidades com valores mobiliários negociados em mercado regulamentado, tendo às contas individuais dos bancos sido igualmente aplicadas as referidas normas através das NCA.

Passaremos em revista, ainda que muito sumariamente, as condições de reconhecimento, mensuração e divulgação regulamentares impostas pela IAS 38 do IASB.

A IAS 38 do IASB de 2004 define no seu parágrafo 8, ativo intangível como um recurso não monetário identificável sem substância física que é controlado pela entidade como resultado de acontecimentos passados e do qual se espera que fluam benefícios económicos futuros para a entidade. A questão da identificabilidade está relacionada com a sua separabilidade face aos outros ativos detidos por uma organização e, por isso, ser passível de realização independente da totalidade do negócio (ou *goodwill* - segundo o §11 da IAS 38). O parágrafo 12 da norma refere que um ativo é identificável se puder ser separado ou divido da entidade e vendido, transferido, licenciado, alugado ou trocado, seja individualmente ou em conjunto com um contrato, ativo ou passivo relacionado. Ou ainda, quando resultar de direitos contratuais ou outros direitos legais, quer esses direitos sejam transferíveis quer sejam separáveis da entidade ou de outros direitos e obrigações. A separabilidade é uma condição indispensável, ainda que não suficiente para a identificabilidade de um ativo intangível.

O controlo do ativo intangível representa o poder de obter benefícios económicos futuros que fluam para a entidade e que, o acesso ao mesmo possa ser restringido a terceiros, ou seja, a sua proteção através de direitos legais. No entanto, o cumprimento legal de um direito não é condição necessária para o controlo (IAS 38, §§13-16). Esse controlo que uma entidade tem é exercido quando se reclama os seus direitos ou serviços, não estando baseado na sua posse jurídica mas antes na posse económica. Os benefícios económicos futuros são um dos núcleos centrais da definição e reconhecimento de um ativo intangível. Esses benefícios podem incluir réditos de venda de produtos ou serviços, poupanças de custos, ou outros benefícios resultantes do uso do ativo pela empresa (IAS 38, §17).

[87] Um dos órgãos do IASB que emite interpretações sobre questões contabilísticas muito específicas (IFRIC – a partir de 2001 e SIC (*Standard Interpretation Committee*) – antes de 2001).
[88] Essencialmente em matéria de créditos e contas a receber; na valorização de ativos financeiros; a não aplicação do modelo do justo valor a ativos fixos tangíveis e o reconhecimento de acréscimo de responsabilidades por pensões de reforma e de sobrevivência (detalhadas no Aviso n.º 3/2005 do BdP).

Um *item* pode ser reconhecido se a entidade demonstrar que satisfaz a definição de ativo intangível e, simultaneamente, os critérios de reconhecimento (IAS 38, §18). Esse mesmo ativo deve ser reconhecido se, e apenas se, for provável a obtenção pela entidade de benefícios económicos futuros atribuíveis a esse ativo e o custo do mesmo possa ser fiavelmente mensurado (IAS 38, §21).

No que respeita à mensuração, a norma internacional e a norma nacional referem que a mesma se deve fazer inicialmente ao custo (IAS 38, §24). O custo histórico é o princípio valorativo por excelência na contabilidade, e identifica o preço pago na aquisição, não se determinando o preço através do conceito de valor, mas realiza-se a operação inversa, ou seja, o custo histórico é considerado como o reflexo do valor dos ativos para efeitos contabilísticos (Rodrigues, 2006). Na mensuração após reconhecimento, as normas permitem a escolha entre o modelo do custo e o modelo de revalorização como política contabilística (IAS 38, §§72-87). No modelo do custo os ativos intangíveis são escriturados ao custo deduzido das amortizações e imparidades acumuladas. No modelo de revalorização o ativo é reconhecido por uma quantia revalorizada, ou seja, o seu justo valor à data da revalorização, deduzido de amortizações e perdas por imparidade acumuladas. Segundo os normativos, na generalidade dos ativos o modelo de revalorização apenas pode ser aplicado na mensuração subsequente se existir de um mercado ativo[89].

O cálculo da amortização do ativo intangível requer que se determine a sua vida útil, avaliando se a mesma é finita ou indefinida e, sendo finita, a duração dessa vida útil ou o número de produção ou de unidades similares constituintes nessa vida útil. A ausência de um limite previsível para o período durante o qual se espera que o ativo gere influxos de caixa líquidos para a entidade significa que a vida útil desse ativo é indefinida (IAS 38, §88). Um ativo com vida útil finita é amortizado e um ativo com vida indefinida não o é, sendo sujeito a testes de imparidade que visam comparar a quantia recuperável com a quantia escriturada (a qual deverá ser efetuada segundo a IAS 36 – Imparidade de ativos).

As aquisições de ativos intangíveis como parte de uma concentração de atividades empresariais são remetidas pela IAS 38 para a IFRS 3 – Concentrações de atividades empresariais. De acordo com esta norma, se um ativo for adquirido numa concentração de atividades empresariais, o custo desse ativo é o seu justo valor à data de aquisição, considerando-se sempre satisfeito o critério de reconhecimento instituído de que benefícios económicos futuros esperados atribuíveis ao ativo fluam para a entidade. Assim, um adquirente reconhece separadamente do *goodwill* um ativo intangível da adquirida se o justo valor do ativo puder ser fiavelmente

[89] Mercado ativo é um mercado onde se verificam, simultaneamente, as condições de homogeneidade dos *itens* negociados, onde se encontram a qualquer momento compradores e vendedores dispostos a efetuar as transações e os preços estão disponíveis ao público (IAS 38, §8).

mensurado (IAS 38, §§33-34). A IAS 38 no seu parágrafo 48 refere que o *goodwill* gerado internamente não deve ser reconhecido como um ativo porque não é um recurso identificável, controlado pela entidade que possa ser fiavelmente mensurado pelo custo. Também não são reconhecidos como ativo os seguintes *itens* gerados internamente: marcas, cabeçalhos, títulos de publicações, listas de clientes e *itens* substancialmente semelhantes, pelo facto de os mesmos não poderem ser distinguidos do custo de desenvolver a empresa no seu todo (IAS 38, §§63-64). O normativo contabilístico internacional estipula claramente o reconhecimento de um gasto nos dispêndios com atividades de arranque; com atividades de formação; com atividades de publicidade e promocionais e com a mudança de local ou reorganização de uma entidade (IAS 38, §69), contrariamente ao estipulado pelo PCSB adotado nas contas antes de 2005.

No que respeita a divulgações de ativos intangíveis, as normas destacam as matérias que, segundo os critérios de reconhecimento e mensuração, parecem ser os mais relevantes para um completo entendimento das DF. Assim, os parágrafos 118 a 128 da IAS 38 estipulam a divulgação de ativos intangíveis que foram reconhecidos como ativos nas DF e os que, segundo restrições da própria norma, não foram capitalizados mas reconhecidos como gastos (nomeadamente os dispêndios com I&D)[90]. Salientamos, neste âmbito, a consideração do Meritum Project (2002) de que os usuários das DF têm uma imagem incompleta dos intangíveis possuídos ou controlados pelas organizações, dada a simples representação dos investimentos incorpóreos que atendem aos critérios contabilísticos para reconhecimento como ativos.

Do anteriormente exposto salientamos como principais diferenças no âmbito do reconhecimento, mensuração e divulgação dos ativos intangíveis nas normas adotadas pelas entidades bancárias antes de 2005 (PCSB) e a partir de 2005 (IAS 38) as sintetizadas no quadro seguinte.

[90] O índice de divulgação construído para a análise apresentada no capítulo II reflete, quase textualmente, os requisitos normativos de divulgação da IAS 38 (apêndice IV), pelo que, consideramos não se justificar uma exposição mais detalhada das exigências de divulgação neste ponto.

Quadro 1.1 – Principais diferenças nos normativos contabilísticos antes de 2005 e a partir de 2005

PCSB	IAS/IFRS
Definições: Não é apresentada definição de ativo. Não é apresentada definição de ativo intangível.	**Definições**: "Um ativo é um recurso controlado por uma entidade como resultado de acontecimentos passados e do qual se espera que fluam benefícios económicos futuros para a entidade" (alínea a) do §49 da Estrutura Concetual; §8 da IAS 38). "Um ativo intangível é um ativo não monetário identificável sem substância física" (§8 da IAS 38).
Ativo intangível: Estão referenciados como ativos intangíveis, entre outros: - despesas inerentes à constituição da instituição, nomeadamente, estudos económicos e formalidades legais (despesas de arranque); - despesas de reorganização; - despesas com aumento de capital; - despesas de pesquisa e investigação; - despesas de publicidade; - despesas de formação.	**Ativo intangível:** Um dispêndio com um *item* intangível deve ser reconhecido como gasto, exceto se satisfizer os critérios de reconhecimento, ou se for resultante de uma concentração de atividades empresariais (§68 da IAS 38). São gastos do período: custos de arranque (custos de estabelecimento, custos legais, custos pré-abertura e pré-operacionais); dispêndios com atividades de formação; atividades de publicidade e promocionais; dispêndios com mudança de local ou reorganização (§69 da IAS 38). Avaliar se um ativo gerado internamente satisfaz os critérios de reconhecimento: fase de pesquisa – gasto (54)§; fase de desenvolvimento - capitalizado sob o cumprimento de requisitos (§57).
***Goodwill*:** O reconhecimento do *goodwill* resultante de das concentrações de atividades empresariais deduzem-se ao capital próprio (rubrica de reservas). O *goodwill* negativo regista-se em rubrica de passivo.	***Goodwill*:** Reconhecimento como ativo e registado ao custo de aquisição o *goodwill* resultante de concentrações de atividades empresariais, não sendo sujeito a amortização mas a testes de imparidade. O *goodwill* negativo é registado diretamente em resultados no exercício em que a concentração de atividades ocorre.
Mensuração: A mensuração é ao custo histórico.	**Mensuração:** Mensuração inicial ao custo (§24). Mensuração após reconhecimento, ao custo menos amortização e perdas por imparidade (§74); ou alternativamente, por uma quantia revalorizada (justo valor menos amortização acumulada e perdas por imparidade acumuladas: §75).
Divulgação: Quadro comparativo com valor de aquisição, adições e retiradas efetuadas e valor final dos ativos intangíveis.	**Divulgação:** Exigências concretas de divulgação definidas na norma (§§118-128).

Fonte: elaboração própria.

Do presente capítulo podemos referir como principais **conclusões** que, embora o conceito de ativo intangível, adotado pela teoria contabilística, e o conceito de capital intelectual mais aplicado no âmbito da gestão, se refiram aos mesmos recursos existentes nas organizações que contribuem para a inovação e crescimento num mundo globalizado e competitivo, a abordagem do normativo contabilístico ao conceito de ativo intangível é restritiva por não permitir a inclusão nas DF dos elementos assumidos como os criadores de valor das organizações deste novo milénio. O tratamento que a norma contempa sujeita estes recursos a um conjunto de critérios de reconhecimento, nomeadamente a sua identificabilidade, o controlo sobre o mesmo e a existência de benefícios económicos futuros. O conceito multidimensional do capital

intelectual é acolhido numa perspetiva de gestão organizacional e, contrariamente à conceção do normativo contabilístico, torna-se complexo não pelas restrições que essa noção impõe mas pela abrangência que exibe, fruto da multidisciplinaridade que lhe está subjacente.

A inexistência de uma cultura organizacional baseada na gestão dos intangíveis surge como o principal obstáculo a um tratamento contabilístico mais adequado, nomeadamente no desenvolvimento de modelos de mensuração apropriados ao seu reconhecimento, não traduzindo o atual tratamento contabilístico dos ativos intangíveis, preconizados nas principais normas de contabilidade, a verdadeira essência económica desses elementos (Rodrigues, 2011).

A divulgação de informação tem, no âmbito dos intangíveis/capital intelectual, intensificada importância pelas caraterísticas que estes recursos incorporam. A sua influência na obtenção de ganhos futuros deveria enfatizar a divulgação dos fatores que potenciam o valor da organização a longo prazo. Isto adquire maior relevância numa economia globalizada onde estes recursos são a principal fonte de inovação e de obtenção de vantagens estratégicas das organizações. A divulgação destes elementos deverá basear-se, simultaneamente, em teorias económicas e em teorias sociais e políticas. A teoria dos *stakeholders* e da legitimidade apresentam-se como as que, no âmbito da divulgação do capital intelectual por parte das instituições bancárias, mais fundamentos apresentam, estando também os princípios da teoria institucional na base dessa divulgação. Estas teorias ganham relevo essencialmente em períodos e em ambientes de mudança e incerteza, fazendo com que as organizações procurem legitimidade perante a sociedade pela obediência a leis e a regulamentos a que estão subordinadas e pela exposição do seu comportamento perante os *stakeholders*. Neste âmbito, justifica-se a divulgação de informação para obedecer à subordinação de um conjunto de normas e regulamentos, assim como para responder a um conjunto de influências que a sociedade exerce sobre organizações para uma divulgação mais completa e transparente, além da que é exigida divulgar pelos normativos contabilísticos.

O BdP possui um elevado poder sobre a contabilidade dos bancos, assim como uma função fiscalizadora através da definição de normas de contabilidade aplicáveis às instituições sujeitas à sua supervisão. Até dezembro de 2004 as entidades bancárias regiam-se pelas regras definidas pelo BdP na elaboração e apresentação das suas DFC, sendo, a partir de 2005, aplicadas as IAS às práticas contabilísticas das entidades que elaboravam contas consolidadas. Estas normas, emitidas pelo IASB, visam a harmonização contabilística internacional, uma maior comparabilidade entre entidades, assim como uma maior transparência e melhor qualidade da informação, permitindo aumentar a confiança dos seus intervenientes.

CAPÍTULO II – DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÃO SOBRE OS ATIVOS INTANGÍVEIS NAS DEMONSTRAÇÕES FINANCEIRAS DOS GRUPOS BANCÁRIOS EM PORTUGAL

No presente capítulo, dedicado à investigação empírica, propomo-nos efetuar o estudo da divulgação dos ativos intangíveis baseada nos requisitos constantes da IAS 38 do IASB. Para tal foi construído um índice de divulgação de informação de intangíveis segundo as exigências de divulgação do normativo internacional e, através da metodologia de análise de conteúdo às DFC apresentadas pelas instituições de crédito, desenvolver um estudo sobre a divulgação destes recursos pelos grupos bancários em Portugal[91].

Concretamente, a extensão e a evolução da divulgação de intangíveis são analisadas em nove anos, contemplando um período de quatro anos antes da adoção da IAS 38 e cinco anos após a aplicação dessa mesma norma. Uma vez que nos propomos analisar a informação divulgada num período anterior e posterior à adoção do normativo do IASB na preparação e elaboração de contas consolidadas, procuramos estudar a influência do referido normativo contabilístico nas práticas de divulgação adotadas pelas entidades bancárias. Ressalvamos que a divulgação efetuada no período anterior a 1 de janeiro de 2005 será considerada igualmente como divulgação dos ativos intangíveis que é exigida pela norma internacional, no entanto, tal como referido no capítulo anterior, nesse período, as exigências de divulgação existentes no âmbito do PCSB são acentuadamente menores do que as divulgações contempladas no normativo do IASB. Deste modo, na interpretação dos resultados, e sempre que se justifique para um melhor entendimento dos mesmos, far-se-á referência ao enquadramento contabilístico vigente em cada um dos períodos temporais em causa. A análise à extensão ou amplitude da divulgação de informação dos intangíveis segundo a IAS 38 permitirá também concluir sobre o cumprimento das exigências regulatórias de divulgação.

Uma análise aos fatores que poderão explicar o nível de divulgação, calculado com base no normativo dos ativos intangíveis, é também um objetivo a que nos propomos neste capítulo.

1 - Enquadramento do estudo

1.1 – Questões de investigação e objetivos do estudo

As questões de investigação que pretendemos ver respondidas são:

- qual a extensão da divulgação de intangíveis efetuada nas DFC de 2001 a 2009 pelos grupos bancários em Portugal?
- como evoluiu a divulgação de informação de intangíveis nesse período?
- a adoção em Portugal da IAS 38 do IASB no ano de 2005 alterou a extensão da informação divulgada?

[91] Estes requisitos de divulgação são os que constam do índice de divulgação construído e apresentado no apêndice IV ao presente trabalho.

- quais os fatores que determinaram a maior ou menor divulgação de informação de intangíveis nas DFC dos grupos bancários em Portugal no período considerado?

Atendendo às questões apresentadas, são objetivos deste estudo analisar a extensão da divulgação de ativos intangíveis nas DF dos grupos bancários a operar em Portugal de 2001 a 2009 e aferir da evolução da divulgação nesse período. Além disso, pretendemos confirmar se, com a adoção da IAS 38 em 2005, se verificou um aumento significativo na divulgação de intangíveis nas DFC. O estudo aos determinantes da divulgação de informação de intangíveis nas DFC das instituições de crédito em Portugal complementa esta investigação.

O índice de divulgação construído para cumprir os objetivos propostos é apresentado no Apêndice IV deste trabalho. Este índice contempla duas óticas de análise: a primeira, através da construção de um índice de divulgação que considera os *itens* divulgados nas DFC sobre a totalidade dos *itens* de divulgação constantes do índice (que são quarenta e sete). A segunda, através da construção de um índice de divulgação, a partir do anteriormente construído, para a ponderação dos *itens* divulgados sobre os *itens* que são aplicáveis a cada banco, excluindo desta ponderação os indicadores que o banco não possui ou detém.

A norma internacional de contabilidade dos ativos intangíveis foi adotada pelas entidades cujos valores mobiliários estivessem admitidos à negociação num mercado regulamentado de qualquer Estado membro, devendo as suas contas individuais e consolidadas ser elaboradas, a partir de 1 de janeiro de 2005, em conformidade com as NIC, aproximando o seu enquadramento às práticas contabilísticas internacionais (Aviso n.º 1/2005 do BdP). Porque a norma internacional dos ativos intangíveis é o preceito principal na contabilização e divulgação destes recursos pela generalidade dos bancos em Portugal nas suas DFC, adotamos os seus princípios para a análise a efetuar neste capítulo. Adotaremos a designação de divulgação normativa para nos referirmos especificamente à divulgação realizada no âmbito do estatuído na norma internacional dos ativos intangíveis em matéria de divulgações. Neste sentido, optamos por não assumir a designação de divulgação obrigatória pelo facto de a norma também contemplar divulgações não obrigatórias, as quais poder-se-ão considerar opcionais no tratamento no âmbito da sua divulgação.

O presente estudo teve por base um estudo prévio com a utilização do mesmo índice de divulgação (índice resultante da ponderação dos *itens* divulgados sobre os *itens* totais exigidos) aplicado a sete bancos portugueses e sete bancos espanhóis no período 2006-2009, o qual funcionou como teste piloto (Silva *et al*., 2011). Ao índice de divulgação aplicado nesse estudo foram acrescentados dois indicadores de divulgação, assim como, acrescentado um novo índice de divulgação calculado sobre os *itens* aplicáveis, no qual se analisa a ponderação dos elementos divulgados relativamente aos que são aplicáveis a cada banco em concreto, do qual

resultou um novo teste piloto com aplicação de um novo índice de divulgação (Muñoz Dueñas *et al*., 2011). O estudo realizado na presente investigação resulta da aplicação simultânea dos índices constantes das duas análises anteriormente efetuadas, através da consideração dos indicadores de divulgação aplicados e da utilização das duas variáveis dependentes: um índice de divulgação que tem em consideração a divisão dos indicadores divulgados sobre os indicadores totais, e outro que considera os indicadores divulgados sobre os que são aplicáveis a cada banco. Neste âmbito, consideramos que o impedimento normativo na aceitação do reconhecimento de alguns intangíveis (essencialmente os intangíveis gerados internamente) faz com que a generalidade dos dispêndios incorridos com esses *itens* seja reconhecida como gasto por grande parte das instituições. Esses *itens*, incluídos no índice geral de divulgação, fazem com que o número total de indicadores seja, em muitos casos, acentuadamente mais elevado que os *itens* que cada banco possui ou detém. Um índice de divulgação construído atendendo à particularidade dos *itens* que não sejam aplicáveis a cada banco em concreto, excluindo-os do denominador da fração, faz com que os *itens* não existentes em cada banco não penalizem o índice de divulgação. Esta apreciação altera de forma significativa as conclusões a extrair.

1.2 – Descrição da população e recolha de dados

A nossa opção na escolha da população assentou num critério previamente definido: que os bancos tivessem publicado as suas contas consolidadas em Portugal, de modo ininterrupto, no período 2001 a 2009 e que essas contas fossem apresentadas na língua portuguesa. Todas as instituições financeiras sujeitas à supervisão do BdP devem publicar as suas contas, conforme o disposto no n.º 3 do artigo 115º do RGICSF, estipulando o Aviso n.º 6/2003 do BdP a publicação oficial das contas anuais em base individual (doravante CAI) e consolidada (doravante CAC) no sítio do BdP e, adicionalmente, num dos seguintes meios: no sítio da *internet* da respetiva instituição, no Diário da República ou num jornal não oficial de grande circulação (Avisos n.º 4/2006 e n.º 11/2007).

A recolha das contas consolidadas dos bancos que operavam em Portugal no período em análise foi efetuada primeiramente no sítio da *internet* do BdP[92]. Neste sítio efetuamos a pesquisa por tipo de instituição[93], por tipo de publicação[94] e por período de referência[95]. As DF publicadas no sítio da *internet* do BdP abarcam, na maioria dos casos, um período de cinco anos. Os relatórios e contas das instituições para as quais não foi possível obter os dados da forma referida foi realizado um contacto por correio eletrónico para o banco, via telefónica no caso de não ser obtida resposta à solicitação anterior e, em alguns casos, pedida a informação através de um

[92] http://www.bportugal.pt/pt-PT/Supervisao/Paginas/Contasdasinstituicoes.aspx, acedida ao longo do segundo trimestre de 2010.
[93] Bancos.
[94] CAC.
[95] Seleção do ano que se pretende analisar.

balcão do banco. Acrescente-se ainda que as DFC de três dos bancos analisados não se encontravam disponíveis na página do BdP (Banco Itaú Europa; Banif e Finibanco). Nestes casos, as páginas *Web* dos bancos foram o primeiro recurso de pesquisa e, na falta de disponibilização das DF por essa via, foi, tal como nos restantes, enviado correio eletrónico e contacto telefónico ou, contacto em balcão a fim de se obter as DF pretendidas.

Foram assim recolhidas as DFC de todas as instituições nos anos 2001 a 2009, sendo o estudo elaborado com base na população (todos os bancos que apresentaram contas consolidadas em Portugal)[96]. Deste modo, foram analisados os relatórios e contas de dezassete bancos nos nove anos de análise, o que corresponde à leitura de cento e cinquenta e três relatórios e contas[97].

Foram analisadas as DFC, nomeadamente o Balanço, a Demonstração dos resultados consolidados e o Anexo, principalmente no que respeita ao parâmetro dos ativos intangíveis. Para as entidades envolvidas em operações de concentrações de atividades empresariais, a nota de divulgação correspondente à norma das concentrações de atividades empresariais (IFRS 3) foi igualmente analisada de modo a obter-se alguma informação que não tenha sido divulgada na nota correspondente aos ativos intangíveis (por ter sido divulgada no âmbito da IFRS 3).

O quadro seguinte apresenta a listagem dos bancos que incluímos na nossa análise, assim como os que foram excluídos da mesma e a razão da referida exclusão.

[96] Que designamos também de grupos bancários.
[97] A reduzida dimensão da população em estudo justifica-se pelo facto de nos cingirmos a uma única indústria e esta ser das mais intensivas em conhecimento (ou das menos "tradicionais" da economia).

Quadro 2.1 – População em estudo

	Grupos bancários	
1	Banco Invest	
2	Banco BIG	
3	BBVA Portugal	
4	Finantia	
5	Banco Itaú Europa	
6	Banco Popular Portugal	
7	Banif	
8	BCP	
9	BES	
10	BES Investimento	
11	BPI	
12	CGD	
13	Deutsh Bank Portugal	
14	Finibanco	
15	Santander Totta	
16	Caixa-Banco de Investimento	
17	Banco de Investimento Imobiliário	
	Excluídos:	
18	Millenium BCP investimento	Fusão por incorporação no BCP em 2009
19	BPN	DFC até 2005 não disponíveis

Fonte: elaboração própria.

1.3 - Variáveis

No que respeita às variáveis utilizadas, enquadraremos a variável dependente do estudo e, seguidamente, analisaremos as variáveis independentes selecionadas para o desenvolvimento do mesmo.

1.3.1 – Variáveis dependentes

As variáveis dependentes em estudo tiveram por base as exigências de divulgação da IAS 38, tendo sido construídos dois índices de divulgação para que fosse possível aferir da extensão ou quantidade de divulgação normativa em matéria de intangíveis. Um índice avalia a divulgação dos intangíveis pela consideração dos *itens* divulgados sobre os *itens* totais que constituem esse mesmo índice, o outro afere da divulgação de intangíveis pela ponderação dos *itens* divulgados pelos grupos bancários sobre os *itens* do índice que essas entidades possuem ou detêm.

1.3.1.1 - Índices de divulgação

Da análise às exigências de divulgação da IAS 38 resultou a construção de um índice composto por quarenta e sete *itens* ou indicadores de divulgação. A cada um desses *itens* é atribuído um ponto se o grupo bancário apresentou divulgação da rubrica em causa e zero se não a divulgou. A pontuação atribuída a cada *item* que compõe o índice é aditiva. O valor do índice de divulgação varia, por isso, entre 0 e 1, em que 0 significa que nenhum *item* que compõe o índice foi divulgado e 1 significa que todos os *itens* foram divulgados. O índice de divulgação representa a percentagem de intangíveis divulgados nas DF dos grupos bancários, exigidos pela norma internacional dos ativos intangíveis (IAS 38).

A variável dependente DIV_T representa o índice de divulgação construído com base nas exigências de divulgação da IAS 38, em que foi considerado o procedimento dicotómico de atribuição do valor 1 se o banco divulga a questão em causa e 0 se não o divulga. A pontuação final é resultado da soma total dos *itens* divulgados (com o valor 1) dividido pelos quarenta e sete *itens* que compõe o índice, obtendo-se, desta forma, um valor que significa a média de divulgação em relação a todos os *itens* exigidos pelo normativo internacional. A este índice chamaremos "índice de divulgação dos *itens* totais (DIV_T)", pelo facto de considerar no seu cálculo a generalidade dos *itens* de divulgação prevista para esta matéria na IAS 38 do IASB. Este índice representará a divulgação de intangíveis em relação ao que é exigido, podendo ser esclarecedor da limitação normativa em termos de divulgação no âmbito do que, numa organização representa o seu *know-how* e aquilo que lhe permite subsistir.

Quadro 2.2 - Variável dependente DIV_T

Proxy	**Descrição**	**Mensuração**
DIV_T	Índice de divulgação dos *itens* totais	Índice de divulgação de 47 *itens*, construído com base nas exigências de divulgação da IAS 38. Utilização do critério dicotómico: 0 - não divulga; 1 – divulga. O índice de divulgação para cada verificação é resultado da equação: ∑*itens* divulgados (1) / 47

Fonte: elaboração própria.

Do índice apresentado resulta uma ponderação dos *itens* divulgados sobre os *itens* totais, o que nos permite concluir acerca da percentagem de divulgação de intangíveis por cada banco.

Partilhamos a ideia de Cooke (1989) de que não se deverá penalizar o índice de divulgação das sociedades que não divulguem *itens* "não relevantes". O autor considera que as empresas que divulgam os *itens* mais importantes divulgam também os *itens* menos importantes, o que significa que se não é mencionada a divulgação de um *item*, conclui-se que o mesmo não era relevante para a entidade nesse período. Da mesma forma, se não foi divulgado um *item* que se considera ser relevante, por exemplo, referir possuir determinado intangível e não divulgar os

seus montantes ou determinada informação que é exigida, claramente se considera que não o divulgou (e que o deveria ter feito).

O índice apresentado no quadro anterior não tem em consideração se um elemento que não é divulgado, não o é porque não existe para aquele banco ou, não é divulgado porque não se cumpriu o requisito de divulgação. Um indicador de medida que apenas considera esta avaliação poderá deturpar as conclusões a extrair acerca da divulgação, dado que, tanto é considerado como não divulgado um *item* que não se aplica (porque determinada sociedade não tem esse elemento) como um *item* que se aplica (em que determinada sociedade tem esse elemento mas não o divulgou). Desta forma, no nosso estudo consideramos *itens* não relevantes ou não aplicáveis se o banco claramente refere não possuir esse elemento ou se, pela informação recolhida, se presume não existir. Caso seja referido nas DFC a posse (ou aplicação) de determinado elemento e não se cumpra a divulgação acerca desse elemento, considera-se esse *item* não divulgado e aplicável. Como exemplo referimos o facto de um grupo bancário não ter intangíveis desenvolvidos internamente, os quais correspondem no nosso índice de divulgação a um total de dezassete *itens* (no índice total de quarenta e sete). Ao considerar-se que uma entidade não divulgou esses intangíveis, o índice de divulgação do banco seria penalizado (dado que a esse banco não se aplicam dezassete indicadores), apresentando, desta forma, um índice de divulgação baixo. Neste caso, a não divulgação não se deve ao não cumprimento da exigência normativa de divulgação, mas à não existência de determinados elementos, logo, esse elemento é considerado não aplicável à sua situação em concreto.[98] Desta forma, se esses *itens* forem excluídos do cálculo do índice, por não se aplicar à sua situação particular, o índice de divulgação apresenta-se mais elevado por apenas considerar a divulgação daqueles elementos intangíveis que o banco possui.

Com base no exposto, um outro índice de divulgação é calculado através da pontuação dos indicadores divulgados (pelo procedimento dicotómico, no qual é atribuído o valor 1 se o banco divulga a questão em causa e 0 se não a divulga) e dos indicadores aplicáveis ou relevantes (pelo procedimento dicotómico, no qual é atribuído o valor 1 se ao banco se aplica a questão em causa e 0 se não se aplica), sendo o índice de divulgação dos *itens* aplicáveis obtido através das duas pontuações anteriores. A este índice de divulgação chamaremos "índice de divulgação dos *itens* aplicáveis (DIV_A)", por nele se considerar a proporção dos elementos divulgados em relação aos que são aplicáveis. Este índice poderá encaminhar-nos no sentido de concluir acerca do cumprimento do normativo no que respeita à divulgação dos intangíveis, dado que, se uma sociedade possui um ativo e não o divulga não estará a cumprir a exigência de divulgação,

[98] Não sendo, neste caso, a extensão da divulgação, sinónimo da adequação ou conformidade da divulgação (Buzby, 1975).

enquanto se a sociedade não o divulga por não o possuir, tal índice revela igualmente que a sociedade cumpriu as exigências de divulgação perante o que possui.

Quadro 2.3 - Índice de divulgação DIV_A

Proxy	Descrição	Mensuração
DIV_A	Índice de divulgação dos *itens* aplicáveis	$D = \sum_{i=1}^{m} ei$ Onde: D — Pontuação de divulgação de intangíveis segundo a IAS 38; ei — Elemento divulgado sobre o intangível i em análise. Variável dicotómica, que assume o valor 1 se o elemento i é divulgado; e o valor 0 se o elemento i não é divulgado m — Número máximo de elementos divulgados ($m \leq n$). $A = \sum_{i=1}^{n} ei$ Onde: A — Pontuação de divulgação de intangíveis aplicáveis (ou relevantes); ei — Elemento de divulgação sobre intangíveis i em análise. Variável dicotómica, que assume o valor 1 se o elemento i é divulgado; e o valor 0 se o elemento i não é divulgado n — Número máximo de elementos aplicáveis (ou relevantes); $n \leq 47$. $DIV_A = D / A$

Fonte: elaboração própria a partir de Cooke (1989).

De referir que, tanto o índice DIV_T como o índice DIV_A indicam apenas a presença/divulgação de informações sobre um *item* específico no Anexo às DFC, nada se analisando acerca da qualidade da divulgação desse indicador.

Tendo por base as duas variáveis dependentes apresentadas, e porque consideramos importante efetuar uma análise tanto à divulgação geral como à divulgação aplicável, serão efetuadas análises comparativas e simultâneas dos dois índices, através da utilização das duas variáveis dependentes construídas.

1.3.1.2 - Subíndices de divulgação

A IAS 38 distingue entre intangíveis gerados internamente, intangíveis adquiridos e outras informações de intangíveis ou informação opcional constante da norma[99]. Com base nesta separação consideraremos estes agrupamentos de intangíveis como subíndices de divulgação e procederemos à sua análise separada para obtermos informações acerca de cada um dos

[99] Esta informação é designada de opcional, sendo, no entanto, informação voluntária contemplada normativamente. No entanto, para que não se confundam os conceitos no âmbito da análise empírica efetuada à divulgação voluntária do capital intelectual desenvolvida no capítulo seguinte, optamos por não considerar estes *itens* com a designação de informação voluntária.

conjuntos de intangíveis apresentados. Assim, o índice de divulgação dos *itens* totais (DIV_T) é subdividido num subíndice de divulgação de intangíveis gerados internamente (DIV_{T1}); subíndice de divulgação de intangíveis adquiridos (DIV_{T2}) e subíndice de divulgação de outras informações de intangíveis (DIV_{T3}). Tal como o índice de divulgação geral, os subíndices de divulgação são igualmente calculados considerando o procedimento dicotómico de atribuição do valor 1 se o banco divulga a questão em causa e 0 se não a divulga. A pontuação final de cada subíndice é resultado da soma total dos *itens* divulgados (com pontuação 1) dividido pelo número total de *itens* que compõe o subíndice, obtendo-se, desta forma, um valor que significa a média de divulgação em cada um dos subíndices considerados, ou seja, a divulgação de intangíveis gerados internamente (DIV_{T1}), a divulgação de intangíveis adquiridos (DIV_{T2}) e a divulgação de outras informações de intangíveis (DIV_{T3}).

Quadro 2.4 - Subíndices de divulgação de *itens* totais (DIV_{T1}, DIV_{T2} e DIV_{T3})

Proxy	Descrição	Mensuração
DIV_{T1}	Subíndice de divulgação dos *itens* totais - intangíveis gerados internamente	Índice de divulgação de 17 *itens*, construído com base nas exigências de divulgação da IAS 38. Utilização do critério dicotómico: 0 - não divulga; 1 – divulga. O índice de divulgação para cada verificação é resultado da equação: ∑*itens* divulgados (1) / 17

Proxy	Descrição	Mensuração
DIV_{T2}	Subíndice de divulgação dos *itens* totais - intangíveis adquiridos	Índice de divulgação de 28 *itens*, construído com base nas exigências de divulgação da IAS 38. Utilização do critério dicotómico: 0 - não divulga; 1 – divulga. O índice de divulgação para cada verificação é resultado da equação: ∑*itens* divulgados (1) / 28

Proxy	Descrição	Mensuração
DIV_{T3}	Subíndice de divulgação dos *itens* totais - outras informações	Índice de divulgação de 2 *itens*, construído com base nas exigências de divulgação da IAS 38. Utilização do critério dicotómico: 0 - não divulga; 1 – divulga. O índice de divulgação para cada verificação é resultado da equação: ∑*itens* divulgados (1) / 2

Fonte: elaboração própria.

Da mesma forma com que foram calculados os subíndices de divulgação dos *itens* totais, calculamos também os subíndices para os elementos aplicáveis ou relevantes. Estes subíndices foram calculados tendo em consideração os elementos aplicáveis em cada um dos agrupamentos de intangíveis, sendo o cálculo do "subíndice de divulgação dos *itens* aplicáveis - gerados internamente (DIV_{A1})", o apresentado no quadro abaixo.

Quadro 2.5 - Subíndice de divulgação dos *itens* aplicáveis em intangíveis gerados internamente (DIV_{A1})

Proxy	Descrição	Mensuração
DIV_{A1}	Subíndice de divulgação dos *itens* aplicáveis - intangíveis gerados internamente	$D\,1 = \sum_{i=1}^{m} ei$ Onde: D 1 Pontuação de divulgação de intangíveis gerados internamente, segundo a IAS 38; ei Elemento divulgado sobre o intangível i em análise. Variável dicotómica, que assume o valor 1 se o elemento i é divulgado; e o valor 0 se o elemento i não é divulgado m Número máximo de elementos gerados internamente, divulgados ($m \leq n$). $A\,1 = \sum_{i=1}^{n} ei$ Onde: A 1 Pontuação de divulgação de intangíveis gerados internamente, aplicáveis (ou relevantes); ei Elemento de divulgação sobre intangíveis i em análise. Variável dicotómica, que assume o valor 1 se o elemento i é divulgado; e o valor 0 se o elemento i não é divulgado n Número máximo de elementos gerados internamente, aplicáveis (ou relevantes); $n \leq 17$. $DIV_{A1} = D\,1 / A\,1$

Fonte: elaboração própria a partir de Cooke (1989).

O quadro abaixo apresenta o subíndice de divulgação de *itens* aplicáveis adquiridos (DIV_{A2}).

Quadro 2.6 - Subíndice de divulgação dos *itens* aplicáveis em intangíveis adquiridos (DIV_{A2})

Proxy	Descrição	Mensuração
DIV_{A2}	Subíndice de divulgação de *itens* aplicáveis - intangíveis adquiridos	$D\,2 = \sum_{i=1}^{m} ei$ Onde: D 2 Pontuação de divulgação de intangíveis adquiridos, segundo a IAS 38; ei Elemento divulgado sobre o intangível i em análise. Variável dicotómica, que assume o valor 1 se o elemento i é divulgado; e o valor 0 se o elemento i não é divulgado m Número máximo de elementos adquiridos, divulgados ($m \leq n$). $A\,2 = \sum_{i=1}^{n} ei$ Onde: A 2 Pontuação de divulgação de intangíveis adquiridos, aplicáveis (ou relevantes); ei Elemento de divulgação sobre intangíveis i em análise. Variável dicotómica, que assume o valor 1 se o elemento i é divulgado; e o valor 0 se o elemento i não é divulgado n Número máximo de elementos adquiridos, aplicáveis (ou relevantes); $n \leq 28$. $DIV_{A2} = D\,2 / A\,2$

Fonte: elaboração própria a partir de Cooke (1989).

No quadro 2.7 é apresentado o subíndice de divulgação de *itens* aplicáveis em outras informações de intangíveis ou informação opcional constante da IAS 38 (DIV_{A3}).

Quadro 2.7 - Subíndice de divulgação dos *itens* aplicáveis em outras informações de intangíveis (DIV_{A3})

Proxy	Descrição	Mensuração
$\mathbf{DIV_{A3}}$	Subíndice de divulgação de *itens* aplicáveis - outras informações de intangíveis	$\mathbf{D\,3 = \sum_{i=1}^{m} ei}$ Onde: D 3 Pontuação de divulgação de intangíveis acerca de outras informações, segundo a IAS 38; ei Elemento divulgado sobre o intangível i em análise. Variável dicotómica, que assume o valor 1 se o elemento i é divulgado; e o valor 0 se o elemento i não é divulgado m Número máximo de elementos divulgados, acerca de outras informações ($m \leq n$). $\mathbf{A\,3 = \sum_{i=1}^{n} ei}$ Onde: A 3 Pontuação de divulgação de intangíveis acerca de outras informações, aplicáveis (ou relevantes); ei Elemento de divulgação sobre intangíveis i em análise. Variável dicotómica, que assume o valor 1 se o elemento i é divulgado; e o valor 0 se o elemento i não é divulgado n Número máximo de elementos aplicáveis (ou relevantes), acerca de outras informações; $n \leq 2$. $\mathbf{DIV_{A3} = D\,3 / A\,3}$

Fonte: elaboração própria a partir de Cooke (1989).

As conclusões a obter serão efetuadas separadamente para cada índice e subíndice de divulgação e, sempre que necessário para uma melhor interpretação dos resultados, serão efetuadas comparações entre os índices e subíndices.

1.3.2 - Variáveis independentes

Para analisarmos os fatores que determinam a divulgação baseada no normativo contabilístico de intangíveis nas contas consolidadas dos grupos bancários em Portugal, consideramos um conjunto de nove variáveis que, com base em estudos empíricos anteriores e com base no setor de atividade em concreto, consideramos serem aquelas que poderão determinar a divulgação de informação sobre os ativos intangíveis.

No quadro 2.8 apresentado de seguida revelam-se as variáveis independentes consideradas, o *proxy* que adotamos na referência a estas variáveis e a sua forma de determinação.

Quadro 2.8 - Variáveis independentes

Variáveis / Atributos	*Proxy* e forma de determinação	
Dimensão	**DIM**	**ATV -** Logaritmo do valor do ativo líquido da entidade **COL** = Logaritmo do número de colaboradores **ACS** = Log. do número de ações que compõem o capital social da instituição **INTE** = N.º de países onde se localizam as subsidiárias e associadas do banco
Rendibilidade	**REND**	**ROA** = RAI.IM / total ativo x 100 **ROE** = RAI.IM / capital próprio x 100 **RPB** = Produto bancário / total ativo x 100
Eficiência operativa	**EFI**	*Cost-to-income:* **CTI** = Gastos de estrutura / produto bancário x 100 Gastos com o pessoal: **GCP** = Gastos com o pessoal / produto bancário x 100
Diversidade	**DIVE** = Número de classes de intangíveis	
Intensidade	**INTS** = Ativos intangíveis / ativo líquido x 100	
Dimensão do conselho de administração	**DCON** = Logaritmo do número de membros do conselho de administração	
Estrutura de propriedade	Variável *dummy*: **PROP:** 1 – "a estrutura de propriedade é privada", 0 – " a propriedade é pública"	
Sistemas de incentivos baseados em ações	Variável *dummy*: **SIBA:** 1 – "a instituição aplica sistemas de incentivos baseado em ações", 0 " não aplica"	
Alteração dos normativos contabilísticos	Variável *dummy*: **NORM:** 1 - " para os anos 2005-2009", 0 - " para os anos 2001-2004"	

Fonte: elaboração própria.

Dimensão

O tamanho ou dimensão é a variável mais utilizada nos estudos sobre os determinantes de divulgação. Buzby (1975) refere-se à dimensão como uma caraterística especial pela sua ligação à extensão da divulgação. Esta ligação prende-se com o facto de a acumulação e disseminação da informação ser onerosa e, por isso, as pequenas empresas possuírem menos recursos necessários para coletar e apresentar informação. Acrescenta que, normalmente, as organizações maiores produzem mais produtos e distribuem-nos em áreas geográficas mais extensas, o que exige um maior volume de dados internos para uma gestão mais informada acerca das suas operações. A existência destes dados para decisões internas faz com que o custo da informação que é fornecida ao exterior seja menor. O autor considera que outro fator que associa a dimensão à extensão da divulgação é o facto de as pequenas empresas considerarem que uma

divulgação mais completa da informação as coloca numa posição de desvantagem competitiva em relação às maiores organizações do mesmo setor. Além disto, as grandes empresas estão mais expostas à observação por vários agentes, o que faz com que considerem que ao fornecer mais e mais detalhada informação, poderão sofrer menos pressões indesejáveis por essas entidades.

O tamanho é a variável *proxy* para atenção política (Watts e Zimmerman, 1990). As sociedades de maior dimensão, por serem alvo de maior regulamentação, sofrem maiores pressões políticas, fazendo com que aumentem a divulgação para reduzir os custos políticos (Gómez Rodríguez, 2003 e White *et al*., 2007). As grandes empresas captam também maior interesse ou visibilidade pública (Gerpott *et al.,* 2008 e Branco e Rodrigues, 2008) por parte dos destinatários das DF, principalmente investidores e "agências governamentais" (Oliveira *et al.*, 2006 e Aljifri e Hussainey, 2007). Por este facto, as empresas de maior dimensão terão também maior preocupação com os custos de litígios que possam surgir através da divulgação de informação de menor qualidade (Gallery *et al*., 2008). A dimensão influencia também a perceção externa da reputação pois, como são alvo de maior atenção pelos s*takeholders*, a informação fornecida por uma empresa de maior dimensão terá, em princípio, maior confiabilidade e uma melhor valorização (Quevedo, 2003; Gómez Rodríguez, 2003 e Branco e Rodrigues, 2008). Scott (1981) considera a dimensão a variável interface entre a organização e o meio envolvente. Considera-a uma caraterística organizacional interna, mas determinada externamente, ou seja, uma medida da quantidade de trabalho que a organização executa, a qual é determinada principalmente pela quantidade de *outputs* que o ambiente exigiu.

Normalmente as grandes organizações incorrem em menores custos de produção de informação do que as de pequena dimensão, pois aplicam sistemas de informação mais sofisticados tornando a informação divulgada mais transparente (Gandía, 2003; Oliveira *et al.,* 2006; Aljifri e Hussainey, 2007; Gerpott *et al.,* 2008; Gallery *et al.,* 2008 e, Liu e Sun, 2010). As entidades de maior dimensão terão, em regra, maiores vantagens competitivas, podendo a divulgação dos seus ativos intangíveis ser uma fonte de obtenção de vantagens adicionais, porque estes elementos podem diferenciar uma empresa dos seus concorrentes (Branco e Rodrigues, 2008).

A dimensão tem sido medida de diversas formas em estudos sobre a divulgação de intangíveis, tendo-se encontrado, na maioria dos estudos, confirmada a hipótese de associação positiva e estatisticamente significativa entre a dimensão (variável independente) e a divulgação de informação sobre intangíveis (variável dependente):

- cotação de mercado (Gandía, 2003; García-Meca e Martínez, 2005; García-Meca *et al.*, 2005; Guthrie *et al.,* 2006; White *et al.,* 2007; Kamath, 2008; Singh e Van der Zahn, 2009; Sousa, 2009; White *et al.,* 2010 e Branco *et al.,* 2011);

- valor de vendas (Cordazzo, 2007; Li *et al.*, 2007, 2008; Abeysekera, 2010; See e Rashid, 2011 e Rashid *et al*., 2012);
- logaritmo do valor das vendas (Firer e Williams, 2005; Bozzolan *et al.*, 2006; Gan *et al.*, 2008; Yau *et al.*, 2009 e Abeysekera, 2011);
- número de colaboradores (Bukh *et al*., 2005 e Rimmel *et al.*, 2009);
- total do ativo (Gómez Rodríguez, 2003; Zhang, 2005 e, Cerbioni e Parbonetti, 2007);
- logaritmo do valor do ativo (Williams, 2001; Ferreira, 2008; Cormier *et al.*, 2009; Brüggen *et al.*, 2009; Hidalgo *et al*., 2011 e, Branswijck e Everaert, 2012);
- volume de negócios (Shareef e Davey, 2005);

Há ainda quem conjugue medidas para definir a dimensão:

- total de ativos, volume negócios, número de colaboradores e valor de mercado (Oliveira *et al.*, 2006);
- volume de negócios e número de colaboradores (Gerpott *et al.*, 2008);
- cotação de mercado, valor de vendas e valor do ativo (Bozzolan *et al*., 2003);
- logaritmo do valor do ativo, logaritmo do número de colaboradores e logaritmo do volume de negócios (Costa, 2010);
- número de colaboradores, total do ativo e total de proveitos (Sonnier *et al*., 2009)[100].

Cooke (1992) no estudo sobre o impacto da dimensão das organizações na divulgação de informação nos relatórios anuais utilizou oito medidas *proxy* da dimensão: capital social, volume de negócios, número de acionistas, ativos totais, ativo circulante, ativo fixo, capital próprio e empréstimos bancários. Estas medidas foram reduzidas a uma única pela utilização da Análise Fatorial (doravante AF) com o objetivo de identificar a estrutura interna dessas variáveis.

A influência da dimensão na divulgação de informação nos relatórios anuais de uma organização tem por detrás algumas das teorias económicas e sociais anteriormente expostas. A teoria da agência tem um papel importante nesta variável, dado ser nas grandes organizações que se verifica um maior número e mais diversificadas relações contratuais e também onde se denota maior separação entre a propriedade e o controlo, existindo, consequentemente maiores problemas de agência. Também a teoria dos *stakeholders* exerce muita influência nesta variável, pois, sendo os *stakeholders* qualquer grupo ou pessoa que afeta ou é afetada pela realização dos objetivos da instituição, a sua maior dimensão envolve um maior número de pessoas com ligações a essa organização. O comportamento da organização perante a sociedade em geral é considerado na teoria da legitimidade. A perspetiva institucional da teoria da legitimidade prevê

[100] Em alguns destes estudos, a análise estatística fatorial permitiu reduzir essas variáveis a uma única variável global – a dimensão- à semelhança da técnica usada por Cooke (1992).

que as grandes empresas divulgam mais informações que as pequenas por incorrerem em menores custos de emissão dessa informação, agindo com maior transparência, melhorando a confiança dos investidores, satisfazendo as expetativas dos *stakeholders* e reduzindo o conflito de agência. Além disso, segundo Guthrie *et al.* (1999) as grandes empresas estão melhor posicionadas para serem líderes do seu setor e assumir o papel de ser um "exemplo" para as outras organizações.

Rendibilidade

Baseado na teoria da agência, dos *stakeholders*, da sinalização e na teoria da legitimidade, esta variável poderá justificar a maior divulgação de informação por organizações mais rentáveis de forma a justificar a posição do agente face ao proprietário e, ao mesmo tempo, aumentar a credibilidade e a posição competitiva da organização perante os *stakeholders*. O argumento de que as empresas mais rentáveis divulgam, comparativamente, mais informação, faz com que o desempenho económico seja, normalmente, um dos fatores mais usuais no estudo dos determinantes da divulgação.

Em estudos sobre divulgação de intangíveis a rendibilidade é normalmente medida pelos seguintes indicadores:

- rendibilidade do ativo – *Return On Assets* (ROA) (Williams, 2001; Oliveira *et al.*, 2006; Li *et al*., 2008; Ferreira, 2008; Orens *et al*., 2009; Cormier *et al.*, 2009 e Costa, 2010); e,
- rendibilidade do capital próprio – *Return On Equity* (ROE) (Firer e Williams, 2005; García-Meca e Martínez, 2005; García-Meca *et al.*, 2005; Bozzolan *et al.*, 2006; Cerbioni e Parbonetti, 2007; García-Meca e Martínez, 2007; Gan *et al.*, 2008 e Hidalgo *et al.*, 2011);

Há ainda autores que analisaram a rendibilidade pela junção de várias métricas para analisar a associação da variável na divulgação de intangíveis: Gómez Rodríguez (2003) analisou os indicadores ROE e ROA; Gerpott *et al.* (2008) basearam-se em quatro critérios (rácio *Price-Earnings* (P/E); rácio *Market-to-book*; *Tobin's q*; EBITDA[101]). Outros estudos de divulgação mensuraram ainda a rendibilidade como a diferença entre a rendibilidade apurada em dois períodos (Gallery *et al.*, 2008). Ahmadi *et al*. (2011) analisam a relação da *performance* bancária com o capital intelectual. A rendibilidade (medida pelo lucro líquido obtido pelo banco) foi a variável encontrada para o desempenho.

Eficiência operativa

A medida de eficiência operativa *cost-to-income* mede a proporção dos gastos de estrutura (ou de funcionamento) sobre o produto bancário, ou seja, mede o excesso do produto bancário

[101] *Earnings Before Interest, Taxes, Depreciation and Amortization.*

(rendimentos da atividade) sobre os gastos de estrutura (gastos da atividade). Diversos estudos no setor bancário utilizaram esta medida como variável da eficiência bancária[102] e do desempenho bancário[103].

Esta medida, também chamada rácio de despesas sobre receitas "*expenses to revenue ratio"* (Poon e Firth, 2005) ou custo da ineficiência "*cost-inefficiency*" (Baele *et al*., 2007), mede a eficiência operacional de cada banco, ou seja a eficiência na gestão dos gastos (Kosmidou, 2008) que significa a racionalização da estrutura organizativa (Rossignoli e Arnaboldi, 2009). Poghosyan (2010) e Wang *et al*. (2011) utilizaram esta medida como *proxy* da qualidade da gestão, esperando-se que os bancos com uma gestão mais qualificada terão gastos operacionais mais reduzidos, logo, uma diminuição do *cost-to-income.* Rossignoli e Arnaboldi (2009) utilizaram-na como medida de inovação financeira e Hess e Francis (2004) como medida de avaliação comparativa no setor, considerando que esta medida identifica a adoção de melhores práticas, não propriamente pela redução da rácio mas pela identificação dos gastos de estrutura entre as instituições. A este respeito, Walter (2009) refere que as instituições financeiras com dimensão semelhante e oferecendo serviços idênticos podem ter níveis muito diferentes de custos por unidade de *output*. Os motivos poderão ter significativas diferenças nas funções de produção, refletindo a eficiência e eficácia na utilização do trabalho e do capital, na utilização de tecnologias, na estrutura organizacional, nos sistemas de compensação e incentivos, ou seja, simplesmente num melhor ou pior desempenho de gestão. Isto releva esta medida como principal medida de comparabilidade bancária, dado que bancos com dimensão similar poderão apresentar valores de eficiência muito díspares. Assim, esta medida é, em grande parte, resultado das escolhas de estratégias feitas pelo banco, as quais, terão efeitos na cotação de mercado e nas margens, numa melhor eficiência operacional (pela redução dos gastos) e na redução do risco (Baele *et al*., 2007; Walter, 2009; Jonghe, 2010 e Poghosyan, 2010). Cuganasen (2006) utiliza esta medida como indicador-chave do desempenho organizacional na gestão dos recursos humanos nos bancos. Refere que os bancos enfrentam pressões para criar, atrair e manter uma força de trabalho altamente comprometida, qualificada, motivada, dinâmica e talentosa, sendo essa pressão contínua para manter rácios de *cost-to-income* baixos e tornarem-se cada vez mais eficientes.

As medidas de eficiência operativa recomendadas pela Instrução n.º 16/2004 do BdP são a rácio *cost-to-income* e a variável de eficiência medida pela fração dos gastos com o pessoal sobre o produto bancário, a qual avalia o excesso dos rendimentos da atividade bancária sobre os gastos com o pessoal. Consideramos que a avaliação do desempenho bancário deverá conjugar duas

[102] Hess e Francis (2004); Baumann e Nier (2004); Poon e Firth (2005); Pasiouras *et al.* (2006); Scholtens e Dam (2007); Baele *et al.* (2007); Walter (2009); Poghosyan (2010) e Jonghe (2010).
[103] Kosmidou (2008).

medidas: a sua eficiência e a sua rendibilidade. Essa avaliação é efetuada através de uma menor rácio *cost-to-income* e rácio de peso dos gastos com o pessoal no produto bancário, assim como uma maior rácio de rendibilidade. As duas variáveis, embora analisadas separadamente, conjugam-se nessa avaliação, pois ao incorrer-se em menores gastos operacionais melhora-se a eficiência e, consequentemente, aumenta-se a rendibilidade bancária. Tal como na variável de rendibilidade, também na eficiência operativa as teorias da agência, dos *stakeholders*, da sinalização e da legitimidade exercem um papel preponderante na influência que a variável tem na divulgação de informação. Ambas as variáveis estão associadas ao desempenho, pelo que, as organizações, baseadas nos seus indicadores de *performance*, tendem a divulgar mais informação ao mercado para manter ou melhorar a sua posição competitiva, captar investidores e justificar a posição dos órgãos de gestão.

Diversidade de intangíveis

Conforme referido no capítulo anterior, a Instrução n.º 4/96 do BdP apresenta em anexo um mapa de divulgação das "imobilizações incorpóreas" (ativos intangíveis), apresentando algumas classes dessas imobilizações. De entre as contas analisadas nos períodos de 2001 a 2004 surgiram classes de intangíveis tais como: trespasses; despesas de estabelecimento; custos plurianuais; despesas de I&D; sistemas de tratamento automático de dados (*software*); despesas de constituição ou instalação; despesas notariais e de registo com aumentos de capital; campanhas publicitárias; estudos e projetos; consultoria; imobilizações em curso e outras não especificadas. Esta diversidade de classes de intangíveis foi restringida pela introdução da IAS 38 nas contas das entidades em 2005, dado serem consideradas ativo no PCSB sem que verdadeiramente o fossem. Deste modo, a consideração desta variável permitir-nos-á verificar se a restrição no número de classes de intangíveis (que representa a sua diversidade) constantes da IAS 38, influenciou a extensão da divulgação desses mesmos intangíveis a partir da sua aplicação.

Intensidade de investimento em intangíveis

Esta variável mede o núcleo de ativos intangíveis no Balanço de uma entidade. Com ela pretendemos complementar o grau de diversidade de intangíveis (pelo número de classes) com o grau de intensidade de investimento nos mesmos ao analisar se uma maior proporção no investimento em intangíveis no conjunto dos ativos totais de uma entidade incentiva uma maior divulgação desses mesmos intangíveis. Tal como referido, o índice de divulgação do presente estudo foi elaborado tendo em consideração a divulgação constante da IAS 38 do IASB, pelo que, o que não for divulgado com base nos requisitos desta norma considera-se como não divulgado, ou seja, não se tomou em consideração o facto de os bancos terem reconhecido o *goodwill* resultante da aquisição de atividades empresariais nos capitais próprios. Esta

consideração na nossa análise enviesaria a interpretação dos resultados dada a distorção em relação ao índice construído[104].

No estudo que desenvolveram sobre a qualidade da divulgação voluntária, Boesso e Kumar (2007) criaram uma variável que representa a importância da gestão de ativos intangíveis, utilizando como *proxy* a diferença entre o valor de mercado e o valor contabilístico. Os autores consideram que a relevância dos ativos intangíveis deverá afetar tanto o volume como a qualidade dessa divulgação. A associação da intensidade de investimento em intangíveis com a extensão da sua divulgação na *internet* está presente no estudo de Gandía (2003), o qual enunciou que um maior investimento em intangíveis provocaria uma melhor informação para os investidores, pois conheceriam mais concretamente o seu valor de mercado, melhorando as suas decisões de investimento. O autor mensurou esta variável com as rácios: despesas em I&D sobre as vendas; despesas de *marketing* sobre as vendas e despesas com pessoal sobre vendas. Esta variável apresentou-se estatisticamente significativa com uma associação positiva, ou seja, as organizações com maior valor de intangíveis divulgam significativamente mais informação utilizando a *internet* como forma de divulgação. Whiting e Miller (2008) encontraram uma relação positiva e significativa entre o valor "*hidden value"* (valor oculto ou *goodwill*) e a divulgação voluntária do capital intelectual nos relatórios anuais, concluindo haver uma associação positiva e significativa entre ambos, apenas nas empresas que aplicaram critérios de mensuração diferentes do custo histórico. Concluíram ainda que a capacidade explicativa desta variável aumenta quando é introduzida uma variável que a associa a expetativas de crescimento. Huafang e Jianguo (2007) usaram a proporção do valor dos intangíveis como *proxy* do crescimento da organização, encontrando uma associação negativa com a divulgação voluntária. Brennan (2001) num estudo em organizações com grande valor de ativos intangíveis, não encontra relação entre esse maior "*hidden value"* e a divulgação do capital intelectual. Também Monclús Guitart *et al.* (2005) não comprovaram tal associação na divulgação de intangíveis. Ollier *et al.* (2010) utilizaram a variável "rácio de intensidade" como variável explicativa da divulgação de intangíveis, sendo a métrica utilizada o resultado da fração de ativos intangíveis sobre os ativos não correntes, apresentando-se a intensidade de intangíveis como fator explicativo da sua divulgação. Com base nesta evidência, consideramos que a introdução de uma variável que mede a intensidade do investimento em intangíveis pode refletir a importância que as organizações conferem a esse investimento e, consequentemente atribuam uma importância acrescida a uma maior divulgação acerca dos mesmos.

[104] Dado que, como referido no enquadramento contabilístico apresentado no capítulo anterior, o artigo 1º da Instrução n.º 4/96 do BdP estipular que as instituições de crédito até 2005, regendo-se pelo PCSB, pudessem registar o *goodwill* a abater a capitais próprios no ano de aquisição (método do abate), apesar de o estipulado pelas NIC como único tratamento do *goodwill*, desde a última revisão da IAS 22 (1998), ser a sua capitalização.

Dimensão do conselho de administração

Segundo Pfeffer (1972, p. 218) "o conselho de administração é considerado como um instrumento para lidar com o ambiente da organização". O entendimento do autor de que a dimensão do conselho de administração é afetada pelas relações com o ambiente da organização e dependente do grau de associação e de impacto que essa mesma organização tem com o ambiente externo, é justificada pelo facto de que quanto maior for a necessidade dessa ligação, provavelmente maior necessidade a organização terá de colocar no seu conselho de administração membros que lidem com essas necessidades e diversidades. Considera ainda que a dimensão do conselho de administração está diretamente relacionada com a dimensão da organização, pois ambos são respostas organizacionais racionais para as condições do ambiente externo.

A teoria da agência argumenta que o conselho de administração pode ser uma estratégia de monitorização existente nas organizações devido à separação entre a propriedade e o controlo. Este será um dos mecanismos que servirão de redução dos conflitos de agência, contribuindo também para uma redução dos custos de agência. O conselho de administração representa, assim, o poder coletivo ou a influência na tomada de decisão (Chizema, 2008), sendo duas das suas mais importantes funções as definições de pagamentos a diretores executivos e a supervisão do processo de emissão de relatórios financeiros (Laux e Laux, 2009). Nicholson e Kiel (2004) defendem um equilíbrio de diferentes elementos na composição do conselho de administração para um melhor desempenho das suas funções e maior eficácia organizacional. Abidin *et al.* (2009) comprovaram que a dimensão do conselho de administração tem um impacto positivo sobre o desempenho organizacional, ou seja, que num maior número de membros do conselho de administração, mais ideias e habilidades existem e podem ser compartilhadas. Ho e Williams (2003) encontraram associação negativa entre o número de membros do conselho de administração e a eficiência do valor acrescentado da organização, no entanto, Belkhir (2009) analisou o tamanho do conselho de administração numa ótica de contribuir para o aumento da *performance* dos bancos, concluindo acerca de uma associação positiva. Jensen (1993) refere que manter um pequeno número de administradores no conselho de administração pode ajudar a melhorar o seu desempenho, acrescentando que mais que sete ou oito pessoas faz com que diminua a eficácia.

Hidalgo *et al*. (2011) analisaram a influência da dimensão do conselho de administração na divulgação de intangíveis e concluíram que existe uma associação positiva entre ambas. Analisaram ainda a exata correspondência entre o número de membros do conselho de administração e a divulgação de intangíveis, constatando que até quinze membros, o aumento do número de administradores do conselho de administração tem um efeito benéfico sobre essa divulgação e que a partir deste número o efeito é inverso, ou seja, a divulgação de intangíveis

diminui no sentido em que se torna mais pobre e dependente de mais tempo na tomada de decisão. Para Gandía (2008) a maioria dos códigos de governo da sociedade considera que o conselho de administração deve ser formado por um número "razoável" de membros, sendo que o número ideal depende de sua eficiência no cumprimento das suas funções de supervisão.

Controlo de propriedade

Os bancos públicos estão associados, na literatura, a baixa eficiência e baixa rendibilidade (La Porta *et al.,* 2002; Berger *et al*., 2009; Fu e Heffernan, 2009 e Lin e Zhang, 2009). Também o setor público está associado a elevados custos de produção de bens e serviços (Joia, 2008). Esta ineficiência deriva dos problemas de agência existentes nesta estrutura de governação, nomeadamente o não estabelecimento de objetivos específicos, a falta de incentivos e a falta de acompanhamento adequado, ou seja, poderá haver maior propensão à prossecução de interesses próprios como a proteção de cargos políticos, acumulando poder, ou a obtenção de maiores rendimentos (Shleifer e Vishny, 1997 e Al-Akra *et al.,* 2010). A qualidade da divulgação das organizações reflete a qualidade do governo da sociedade (Liu e Sun, 2010), o que significa que a estrutura da propriedade pode ter efeitos diferentes sobre a estratégia de divulgação de cada organização (Darus *et al.,* 2008). Uma estrutura de propriedade concentrada pode atenuar os conflitos de interesse entre acionistas e administradores porque grandes acionistas podem controlar mais eficazmente os administradores (Shleifer e Vishny, 1986).

O estudo de Liu e Sun (2010) acerca da qualidade da divulgação em função da natureza dos detentores de controlo concluiu que esta é maior em entidades controladas pelo Estado do que nas de controlo privado. No que se refere à extensão da divulgação, Yuen *et al*. (2009) e Yau *et al.* (2009) encontraram uma associação positiva com o controlo de propriedade governamental, sendo as entidades públicas que divulgam maior extensão de informação voluntária de capital intelectual. Em sentido contrário são as conclusões de Al-Akra *et al.* (2010) nas quais se evidencia uma associação positiva do nível de divulgação voluntária nas sociedades de estrutura de propriedade privada. Também Huafang e Jianguo (2007) verificaram uma associação negativa, embora não significativa, entre a propriedade pública e a divulgação voluntária.

Sistemas de incentivos baseados em ações (SIBA)

Os sistemas de incentivos são mecanismos que vinculam o gestor aos compromissos de longo prazo da organização, atenuando o conflito de agência (Jensen e Meckling, 1976 e Healy e Palepu, 1993). Os sistemas de incentivos são, assim, dispositivos de monitorização e ligação e outras formas de controlo social empreendidas para minimizar os custos de agência (Shapiro, 2005). No entanto, ao alinhar os interesses entre o proprietário e o agente, estes incentivos podem funcionar como um substituto ou complemento “barato” de acompanhamento, sendo de esperar que empresas com elevados custos de monitorização adotem SIBA (Kroumova e Sesil,

2006). Laux e Laux (2009) consideram que a existência de SIBA pode incentivar à manipulação de ganhos, o que exige igualmente supervisão e controlo. Segundo Aboody e Kasznik (2000) os beneficiários desses incentivos poderão oportunistamente gerir o calendário das suas divulgações de informações para aumentar o valor das suas compensações. Os autores consideram que, como as opções sobre ações são normalmente concedidas com um preço fixo igual ao preço das ações na data da sua adjudicação, a gestão do calendário da divulgação voluntária de informação passa por emitir más notícias, atrasando as boas notícias para o momento em que irão receber a sua compensação para que, nessa data, as ações estejam supra valorizadas. Isto significa que havendo divergências nos objetivos dos acionistas e dos gestores, estes tomam decisões de elaborar os relatórios financeiros com base nos seus próprios interesses[105]. Também Rodrigues (2006) alega a possibilidade de os gestores utilizarem métodos contabilísticos que maximizem o resultado publicado no curto prazo quando beneficiam de um regime de remuneração baseado sobre o resultado contabilístico ou sobre a rendibilidade dos ativos de uma empresa. Assim, é defensável que a política ideal seja a escolha da combinação certa de controlo de comportamento (monitorização) e resultado do controlo (compensação e incentivos) (Kroumova e Sesil, 2006).

De acordo com a teoria da agência, a existência de planos de remuneração baseados em ações poderão ser utilizados como um mecanismo de alinhamento dos interesses dos gestores com os dos detentores de capital, incentivando os gestores a aumentar os níveis de divulgação, de forma a reduzir as assimetrias de informação existentes (Healy e Palepu, 1993). Os custos de agência e a política de incentivos variam com a percentagem de capital detido pelos gestores ou pelo controlo que estes podem efetivamente exercer (Jensen e Mecking, 1976). A teoria da agência sugere que a transferência do risco para os colaboradores através da compensação em sistemas de incentivos é uma medida eficaz quando o custo do controlo é alto e quando os colaboradores têm domínio sobre os resultados do desempenho da organização (Cooke, 1994). Problemas de acompanhamento são suscetíveis de ser mais severos em grandes organizações, em organizações intensivas em conhecimento onde o capital intelectual é a principal fonte de valor para o cliente ou em organizações em forte crescimento. De igual forma, empresas com problemas de partilha do risco (*risk sharing*) e restrições financeiras também podem encorajar a adoção de SIBA (Kroumova e Sesil, 2006).

Estes sistemas de incentivo estiveram desde sempre associados a um nível executivo, no entanto, nos últimos anos eles têm crescido significativamente, estando associados a níveis mais baixos da gestão e a colaboradores gerais (Kroumova e Sesil, 2006). Esta realidade é hoje

[105] Ao que Cormier *et al*. (2009) designa de divulgação oportunista, ou divulgação oportunistamente afetada pela presença de CEO (*Chief Executive Officer) stock options*. Este comportamento oportunista relacionado com a remuneração é referenciado com grande desenvolvimento a partir da conceção de Watts e Zimmerman (1990).

reconhecida pelos próprios relatórios divulgados pelo banco BES[106], ao assumir o SIBA como um dos principais instrumentos de execução da política de recursos humanos, justificando-se na vontade de fidelizar os colaboradores e de estimular o seu empenho na constante melhoria da atividade e dos resultados. O banco crescenta que o seu objetivo é o de promover o sentimento de presença e de compromisso para com a organização, caraterizando-se este sistema de remuneração variável pela venda aos colaboradores de ações representativas do capital social da sociedade, com pagamento diferido por um prazo estipulado. Dentro deste prazo, os colaboradores têm a obrigatoriedade de manter as ações, após o qual as podem vender no mercado, mantê-las em carteira procedendo ao pagamento integral da dívida que tenham perante a instituição, ou, alternativamente, podem vendê-las à própria instituição pelo custo de aquisição. Também os relatórios do banco BIG salientam a importância da existência de SIBA, manifestada na preocupação em alinhar os interesses dos acionistas e da gestão, procurando também garantir uma separação entre, por um lado, os que são proprietários e emitem orientações e, por outro, aqueles que profissionalmente assumem e aceitam responsabilidades de gestão. Acrescenta ainda essa entidade que acredita que a atribuição de incentivos de longo prazo através de programas de ações e opções são a chave para manter este equilíbrio, estando o banco a trabalhar para os colocar em prática muito antes de os reguladores começarem a emitir recomendações nesse sentido.

Kroumova e Sesil (2006) analisaram as caraterísticas organizacionais associadas à adoção e manutenção de SIBA. Concluíram que empresas com indicadores de elevado crescimento futuro e alto nível de intensidade do capital intelectual estão mais recetivas a adotar e manter estes planos, ou seja, o estudo revelou forte evidência de que a adoção de sistemas de incentivos está positivamente relacionada com elevados níveis de investimento em capital intelectual e capital físico.

Alteração dos normativos contabilísticos

A variável que representa a alteração dos normativos contabilísticos foi criada para se poder comparar os resultados antes e após a adoção do normativo que regulamenta os ativos intangíveis (a IAS 38). Esta variável *dummy* permitirá aferir da importância na divulgação de informação dos intangíveis pela adoção da norma internacional nas instituições bancárias a operar em Portugal no período 2001 a 2009.

[106] Sendo obrigatoriedade a divulgação das políticas de remunerações pelo artigo 3º do Regulamento da CMVM n.º 1/2010; pelo artigo 245º do CVM e pelo artigo 8º do Regulamento da CMVM n.º 5/2008.

1.4 - Hipóteses de investigação

A primeira fase do estudo visa efetuar uma análise exploratória à extensão e evolução da divulgação de informação de intangíveis no período 2001-2009 nos dezassete grupos bancários que apresentaram contas consolidadas em Portugal no período considerado. Para tal, propomo-nos analisar as hipóteses de investigação constantes do quadro 2.9 apresentado de seguida.

Quadro 2.9 - Hipóteses de investigação da evolução da divulgação de informação de intangíveis

Hipótese	Formulação	Associação prevista com o índice
H1	A divulgação de informação de intangíveis aumenta ao longo do período analisado (2001-2009).	Positiva
$H1_{a)}$	O aumento da divulgação de informação de intangíveis é particularmente visível no ano em que se verificou a mudança do normativo contabilístico.	Positiva

Fonte: Elaboração própria.

Na segunda fase do estudo pretendemos analisar os determinantes de divulgação de intangíveis no período 2001-2009 dos dezassete grupos bancários que apresentaram DFC em Portugal. Para isso formulamos as hipóteses de investigação constantes do quadro seguinte, as quais foram obtidas tendo em conta estudos anteriores de divulgação de informação de intangíveis, assim como a consideração da especificidade do setor sobre o qual incidimos a nossa análise.

Quadro 2.10 - Hipóteses de investigação dos determinantes de divulgação de informação de intangíveis

Hipótese	Formulação	Associação prevista com o índice
H1	Os grupos bancários com maior dimensão, que operam em Portugal, tendem a divulgar mais informação sobre os seus ativos intangíveis do que os grupos bancários de menor dimensão.	Positiva
H2	O índice de divulgação dos intangíveis varia com a rendibilidade do grupo bancário, ainda que não se preveja com rigor o sentido dessa variação.	Não previsto
H3	Os grupos bancários que operam em Portugal e que apresentam uma melhor rácio de eficiência operativa apresentam uma maior divulgação de intangíveis nas suas DFC.	Negativa
H4	A diversidade de classes de intangíveis está associada positivamente à sua divulgação, podendo inferir-se que os grupos bancários com uma maior diversidade de classes de intangíveis divulgarão mais acerca desses intangíveis.	Positiva
H5	Uma maior intensidade de intangíveis, representada pela proporção de ativos intangíveis no ativo total, influencia positivamente a divulgação acerca de intangíveis nas DFC dos grupos bancários em Portugal.	Positiva
H6	A divulgação de intangíveis nas DFC dos grupos bancários em Portugal é maior quanto maior for o número de administradores no conselho de administração.	Positiva
H7	A estrutura de propriedade dos grupos bancários poderá influenciar a divulgação de intangíveis nas suas DFC, sendo de prever que a detenção de capital por entidades privadas resultará numa menor divulgação dos ativos intangíveis.	Negativa
H8	Os grupos bancários que aplicam SIBA apresentam, nas suas DFC, uma maior divulgação sobre os seus intangíveis.	Positiva
H9	A generalidade dos grupos bancários em Portugal adotaram a IAS 38 nas suas contas consolidadas no ano de 2005, podendo inferir-se que a divulgação de intangíveis cresceu a partir do primeiro ano da adoção dessa norma.	Positiva

Fonte: elaboração própria.

1.5 - Tratamento dos dados e procedimentos estatísticos

As ferramentas estatísticas que elegemos para o tratamento dos dados foram o *software* estatístico "*Statistical Package for Social Sciences for Windows*" (SPSS 19.0 para *Windows*), na realização das estatísticas descritivas e testes univariados. O programa STATA (versão 10.1 para *Windows*) foi o instrumento utilizado para inferir acerca dos determinantes da divulgação de informação num período de nove anos (análise longitudinal), através da estimação de dados em painel.

Dada a reduzida dimensão dos "sujeitos" a serem analisados (dezassete bancos, embora cento e cinquenta e três observações por se ter optado por um período longo de nove anos), realizamos a primeira fase do estudo com a elaboração de testes não paramétricos[107].

Estatísticas descritivas

Começaremos por analisar os índices e subíndices de divulgação no que respeita às estatísticas descritivas, nomeadamente à média, desvio padrão (DP) e os valores mínimo e máximo. Como a existência de observações aberrantes (*outliers*) tendem a distorcer a média e o DP, analisaremos esses valores com e sem as observações que saem dessa normalidade. Procederemos à comparação das estatísticas resultantes da análise com e sem essas observações, de modo a perceber se esses valores afetam significativamente os resultados, procurando conhecer o efeito desses *outliers* nestas distribuições[108].

Análise univariada e multivariada

Para procedermos a uma análise da evolução e do impacto da adoção do normativo contabilístico na divulgação informação contabilística de intangíveis ao longo do período de 2001 a 2009, realizamos o teste *Wilcoxon* para amostras emparelhadas o qual nos permite verificar, através da comparação de um ano com o ano anterior, se há uma diferença estatisticamente significativa nas observações. A evolução nos índices e subíndices de divulgação será também verificada através das médias de divulgação nesse período e nos resultados apresentados pelo teste de *Friedman*[109]. Este teste não paramétrico alternativo à Manova, para amostras emparelhadas ou relacionadas, classifica cada variável numa escala de ordenação média e a sua significância estatística permitirá concluir acerca de alterações significativas nessas ordenações. O teste não paramétrico *Mann-Whitney* (*M-W*) será aplicado quando uma análise comparativa das variáveis em dois momentos se mostrar relevante para uma melhor interpretação dessa alteração.

Seguidamente, na 2ª fase do estudo, a análise aos determinantes da divulgação inicia-se com a análise à intensidade de associação entre as variáveis. Para tal usamos o coeficiente não paramétrico *Ró de Spearman* e interpretamos a associação linear entre as variáveis como sendo: associação linear muito baixa para *Ró* menor que 0,2. Para valores situados entre 0,2 e 0,39 a associação linear é baixa, sendo uma associação linear moderada para valores de *Ró* entre 0,40 e 0,69. Entre 0,7 e 0,89 a associação linear é alta e entre 0,9 e 1 é muito alta. O sinal negativo da

[107] "Para amostras de pequenas e diferentes dimensões e onde as variáveis sob estudo não verificam os pressupostos dos métodos paramétricos, os testes não paramétricos podem ser mais potentes" (Maroco, 2007, p. 213).
[108] Segundo Pestana e Gageiro (2008, p. 583) os *outliers* ou observações aberrantes "devem ser identificados pois permitem conhecer caraterísticas únicas ou novos segmentos válidos da população, que de outro modo não seriam encontrados".
[109] A hipótese nula do teste de *Friedman* refere-se à não existência de diferenças no índice de divulgação nos diferentes anos considerados, contra a hipótese alternativa que pressupõe que existam diferenças no índice de divulgação.

correlação significa uma variação em sentido contrário nas variáveis, isto é, as categorias mais elevadas de uma variável estão associadas a categorias mais baixas de outra variável (Pestana e Gageiro, 2008).

Através do coeficiente de correlação de *Spearman* verificamos, também, a existência de elevada correlação entre variáveis independentes (apresentada na tabela A.1 constante do apêndice V), o que fez com que aplicássemos a técnica estatística multivariada de AF. A aplicação de AF com rotação ortogonal de *Varimax* permite resumir e simplificar os dados através da redução do número de variáveis necessárias para descrever o atributo (não observável), mas que exprime o que as variáveis originais partilham em comum. Através da AF procuramos encontrar a explicação (sobre a forma de um fator latente) para as relações existentes entre as variáveis. Assim, as novas variáveis (fatores) foram agrupadas tendo em conta as combinações lineares das variáveis originais, as quais se apresentam com ponderações diferentes[110]. Para analisar a viabilidade da AF, recorremos à aplicação da prova de esferacidade *Bartlett*[111] e à prova de normalização de *Kaiser-Meyer-Olkin* (*KMO*)[112].

O constructo inobservável será utilizado na regressão, sendo as variáveis observáveis utilizadas na análise descritiva e univariada.

Analisamos a evolução ou alterações de algumas variáveis independentes (ou caraterísticas específicas) ao longo dos nove anos, sempre que essa análise se mostre útil para uma interpretação conjunta com a evolução do índice de divulgação. Para isso, aplicamos o teste *Kruskal-Wallis* (*K-W*) que nos permite verificar a existência de diferenças significativas de cada uma das variáveis no período analisado.

Estimação – dados em painel

Nesta análise foi considerado um painel balanceado com dezassete entidades analisadas em nove anos (cento e cinquenta e três observações). Todas as variáveis independentes foram incorporadas no modelo, sendo analisados os resultados obtidos através do uso de regressão com efeitos aleatórios (*Random-effects GLS regression*).

[110] Segundo Cavaluzzo e Ittner (2004) a AF é usada para reduzir a dimensionalidade da informação individual e minimizar erros de medição.

[111] Esta estatística tem uma distribuição Chi-quadrado e pretende rejeitar a hipótese nula que a matriz de correlação observada é realmente uma matriz de identidade. Se o nível de significância é maior que 0,05 não pode rejeitar a hipótese nula de esfericidade e, portanto, não pode garantir que o modelo de fator é suficiente para explicar os dados. No entanto, este teste é muito influenciado pelo tamanho da amostra, sendo preferível usar o teste *KMO* (Pestana e Gageiro, 2008).

[112] É uma medida de diagnóstico da homogeneidade das variáveis, que indica que, quanto mais próximo de 1 é o valor, melhor a escolha da AF. Pestana e Gageiro (2008) e Pereira (2008) acreditam que a adequação da AF para um valor *KMO* entre 1 e 0,9 é muito bom; para valores entre 0,8 e 0,9 é boa; para valores entre 0,7 e 0,8 são considerados médio; para valores entre 0,6 e 0,7 podem ser razoáveis; e se está entre 0,5 e 0,6 adequação é má. Assim, para valores inferiores a 0,5 a AF não se mostra aceitável, uma vez que as correlações entre pares de variáveis não podem ser explicadas por outras variáveis.

A abordagem de dados em painel é uma das mais robustas linhas de desenvolvimento econométrico. Segundo Hsiao (2003) uma análise longitudinal permite construir e testar modelos mais complexos de comportamentos e obter uma melhor eficiência nas estimativas de questões económicas. Além disso, usando informações sobre a dinâmica temporal e individual das entidades investigadas, controlam-se de forma mais natural os efeitos de variáveis ausentes ou não observadas. Neste modelo podem também ser incluídas variáveis independentes que não se alteram ao longo do tempo e permite, com mais fiabilidade, generalizar as inferências obtidas para além das entidades consideradas. Uma estimação com dados em painel consegue capturar informações nas variáveis tendo em conta análises de dados de corte transversal (*cross-sectional*) com análise de dados temporais (*time series*). Este modelo assenta em dois pressupostos: os efeitos individuais não observáveis são aleatórios e as variáveis explicativas são estritamente exógenas. Marques (2000) refere a regressão em painel com efeitos aleatórios como uma classe de modelos de componentes de erro apropriada quando se pretende prever um conjunto de decisões numa determinada população. Assim, pela análise do modelo de efeitos aleatórios (ou de componentes de variância), os efeitos individuais são tratados de forma aleatória, ou seja, a heterogeneidade individual é tratada no termo de perturbação (U e ξ), que representa dois tipos de erro: um comum e um individual. Isto significa que os termos do erro não estão correlacionados com os valores passados, presentes e futuros dos regressores (Hsiao, 2003). Este facto resulta na solução para os problemas que as variáveis *dummy* poderiam causar. No entanto, podendo ser um inconveniente a não consideração da existência de um efeito individual não observável para os períodos analisados, o modelo de efeitos aleatórios tem a vantagem de permitir trabalhar com bases de dados de qualquer dimensão, sendo este o modelo de dados em painel estudado com maior profundidade e maior facilidade de interpretação dos resultados de estimação (Marques, 2000). A escolha do modelo justifica-se, assim, pela melhor aderência dos dados em estudo, ou seja, a consideração de que os valores das variáveis, dentro da variável grupo bancário, não se alterarão significativamente ao longo do período em análise, ou seja, pressupõe-se a existência de uma dependência intertemporal (Hsiao, 2003).

A fim de se testar a existência de multicolinearidade entre as variáveis independentes, foram analisadas as correlações entre variáveis, os valores VIF (V*ariance Inflation Factor*) e de tolerância (tabela A.3 apresentada no apêndice VI).

Todos os testes estatísticos e resultados de estimação têm por base um nível de significância α igual a 1%; 5% e 10%, a que se encontra uma probabilidade de ocorrência sob a hipótese nula de 99%; 95% e 90%, sendo os dados apresentados em cada uma das tabelas de resultados para os diferentes níveis de significância estatística.

2 – Extensão e evolução da divulgação de informação sobre os ativos intangíveis no período 2001-2009

Diversos estudos sobre divulgação do capital intelectual/intangíveis consideraram uma análise da evolução na divulgação ao longo de um determinado período de tempo[113]. Na generalidade desses estudos, as práticas de divulgação revelaram um aumento do tipo, da extensão, da qualidade, da variedade ou da natureza da divulgação do capital intelectual nas suas conclusões. Consideramos que, face à longevidade do período analisado (nove anos), às novas exigências contabilísticas de divulgação que se impuseram, à experiência adquirida e a uma mentalização dos benefícios da divulgação de informação, as organizações analisadas poderão ter sido encaminhadas no sentido de aumentar a divulgação de informação nas suas DF ao longo do período em causa. Com base nestas premissas, formulamos as seguintes hipóteses de investigação:

H1: *A divulgação de informação de intangíveis aumenta ao longo do período analisado (2001-2009).*

$H1_a$: *O aumento da divulgação de informação de intangíveis é particularmente visível no ano em que se verificou a mudança do normativo contabilístico.*

As conclusões a extrair da análise aos resultados serão efetuadas separadamente para cada índice e subíndice de divulgação e, sempre que necessário para uma melhor interpretação dos resultados, serão efetuadas comparações entre os índices e subíndices. A possível existência de acentuadas diferenças nos valores com e sem *outliers* poderia justificar a exclusão dessas observações. No entanto, dado o reduzido número de observações que compõem a população em análise, não se será aconselhável a exclusão de casos, pelo que, apenas analisaremos os resultados das estatísticas descritivas e análises univariadas com e sem essas observações aberrantes, não sendo essas observações excluídas para efeitos de estimação.

Começaremos por uma análise detalhada aos subíndices de divulgação pelos indicadores que os compõem. Analisamos o subíndice de divulgação dos **intangíveis gerados internamente**, contrapondo a média de divulgação pela consideração dos indicadores divulgados sobre os indicadores totais (**DIV_{T1}**) e a média de divulgação dos indicadores divulgados sobre os indicadores aplicáveis ou relevantes (**DIV_{A1}**).

[113] Williams (2001); Gómez Rodríguez (2003); Abeysekera e Guthrie (2005); Vandemaele *et al*. (2005); Bukh *et al*. (2005); Abdolmohammadi (2005); Li *et al.* (2006); Pedrini (2007); Cordazzo (2007); Dielis (2007); Singh e Van der Zahn (2007, 2008, 2009); Oliveras *et al.* (2008); Abeysekera (2008a); Guthrie *et al*. (2009); Campbell e Rahman (2010); Lee e Guthrie (2010); Abeysekera (2010); Costa (2010); Khan e Khan (2010); Anam *et al*. (2011); See e Rashid (2011); Hidalgo *et al.* (2011); Yusoff e Lim (2011); Mention (2011) e Kang e Gray (2011).

Tabela 2.1 - *Itens* do subíndice de divulgação de intangíveis gerados internamente

	DIV_{T1}			DIV_{A1}			
Gerados internamente	N	Média	DP	N	%	Média	DP
1 - Vidas úteis finitas (vidas/taxas) ou indefinidas	153	0,25	0,437	49	32,03	0,82	0,391
2 - Métodos de amortização (vidas finitas)	153	0,29	0,454	45	29,41	**1**	0
3 - Quantia escriturada bruta e amortização acumulada no início e fim período	153	**0,35**	0,477	54	35,29	**1**	0
4 - Rubrica da Demonstração dos Resultados com amortização de intangíveis	153	0,28	0,451	45	29,41	0,96	0,208
5 - Reconciliação da quantia escriturada no início e fim período:							
5.1. - Adições (interna/adquiridas/concentração)	153	**0,34**	0,475	52	33,99	**1**	0
5.2. - Classificados como detidos para venda (IFRS5)	153	0	0	0	0		
5.3. - Aumentos/diminuições por revalorizações/imparidades registados no Capital Próprio	153	0	0	0	0		
5.4. - Perdas por imparidades em resultados	153	0	0	0	0		
5.5. - Perdas por imparidade revertidas em resultados	153	0	0	0	0		
5.6. - Amortização no período	153	0,27	0,444	45	29,41	0,91	0,288
5.7. - Diferenças de câmbio no período	153	0,19	0,393	29	18,95	**1**	0
5.8. - Outras alterações na quantia escriturada no período	153	0,32	0,468	49	32,03	**1**	0
6 - Informação dos intangíveis com imparidade (IAS 36)	153	0	0	0	0		
7 - Informação sobre alterações de estimativas (IAS 8)	153	0	0	0	0		
8 - Activos com vida útil indefinida e razões significativas (§ 90)	153	0	0	0	0		
9 - Descrição; quantia escriturada e vida útil de intangíveis materialmente relevantes	153	**0,33**	0,471	50	32,68	**1**	0
10 - Separação detalhada dos itens gerados internamente	153	0,09	0,289	54	35,29	0,26	0,442

Os resultados apresentados na tabela anterior permitem-nos constatar que o *item* que apresenta maior divulgação, pelo **índice dos indicadores totais** (**DIV_{T1}**) é o *item* 3 – quantia escriturada bruta e amortização no início e fim do período, com uma média de divulgação de 0,35, seguida do *item* 5.1 – valor de adições na reconciliação da quantia escriturada no início e no fim do período (com média de 0,34). Também o *item* que contém a descrição; quantia escriturada e vida útil de intangíveis materialmente relevantes (*item* 9) é dos que apresenta uma divulgação superior em relação aos restantes elementos (média de divulgação de 0,33).

Quanto ao subíndice de divulgação dos **intangíveis aplicáveis ou relevantes** (**DIV_{A1}**), verifica-se a existência de alguns *itens* que não foram divulgados por nenhum banco pelo facto de estes não possuírem tais elementos. É o caso de intangíveis gerados internamente classificados como detidos para venda (*item* 5.2); informação de imparidades (*itens* 5.3; 5.4; 5.5 e 6); informação sobre alterações de estimativas na mensuração dos intangíveis gerados internamente (*item* 7) e ativos com vida útil indefinida e razões significativas (*item* 8). Da divulgação dos *itens* aplicáveis ou relevantes (DIV_{A1}), tendo em conta o número de verificações a que se aplica (valores de N correspondente ao subíndice DIV_{A1}), os elementos que apresentam maior divulgação são, tal como no subíndice DIV_{T1}, a quantia escriturada bruta e amortização acumulada no início e fim do período (*item* 3), com uma divulgação plena dos elementos quando sejam aplicáveis a cada banco; a reconciliação no início e fim do período de adições de

intangíveis; as diferenças de câmbio no período e outras alterações na quantia escriturada no período (*itens* 5.1; 5.7 e 5.8). A descrição, quantia escriturada e vida útil de intangíveis materialmente relevantes (*item* 9) indica a divulgação por todos os bancos, quando este *item* lhes é aplicável. Também o *item* 2 – métodos de amortização, é divulgado pelos quarenta e cinco bancos a quem se aplica esta informação.

Estes resultados confirmam que, nos nove anos analisados, os bancos cumpriram com as exigências de divulgação dos normativos contabilísticos em vigor, pois os únicos requisitos de divulgação de intangíveis constantes do PCSB eram, como referido no capítulo anterior, uma reconciliação detalhada das quantias no início e no final do período, com detalhe dos valores de adições, amortizações, alienações e abates, continuando, no âmbito da IAS 38, esta reconciliação a ser exigida, sendo plenamente cumprida em ambos os normativos contabilísticos.

No que respeita ao subíndice de **divulgação de intangíveis adquiridos** e comparando os índices DIV_{T2} e DIV_{A2} (totais e aplicáveis), apresentamos na tabela 2.2 uma descrição detalhada de cada *item* que os compõe.

Verificamos que os *itens* que apresentam maior divulgação, tendo em conta o critério dos indicadores totais (**DIV_{T2}**), são os *itens* 13 - descrição da quantia escriturada bruta e amortização acumulada no início e fim do período (com média de divulgação de 0,98); 15.1 – valores de adições na reconciliação da quantia escriturada no início e no fim do período (divulgação de 0,94) e, 12 - métodos de amortização (média de 0,89).

Quanto ao subíndice de divulgação dos *itens* aplicáveis ou relevantes nos intangíveis adquiridos (**DIV_{A2}**), os indicadores que apresentam maior divulgação face ao número de verificações a que se aplica (valores de N correspondentes ao índice DIV_{A2}) são os *itens* 13 - descrição da quantia escriturada bruta e amortização acumulada no início e fim do período (com média de 0,99); 11 – vidas úteis finitas (vidas/taxas) ou indefinidas (média de divulgação de 0,89) e 12 - métodos de amortização (também com média de 0,89)[114]. Tal como verificado nos resultados dos intangíveis gerados internamente, os indicadores de divulgação referentes a uma reconciliação dos valores no início e no fim do período são também os que se apresentam com maiores níveis de divulgação nos intangíveis adquiridos. Estes resultados são reveladores do cumprimento dos normativos contabilísticos vigentes no período analisado, pois esta informação é exigida no âmbito dos dois preceitos contabilísticos (PCSB e IAS 38 do IASB).

[114] Uma análise sem *outliers* destaca igualmente o *item* 19 – descrição; quantia escriturada e vida útil de intangíveis materialmente relevantes (com uma média de divulgação de 0,95).

Tabela 2.2 - *Itens* do subíndice de divulgação de intangíveis adquiridos

	DIV_{T2}			DIV_{A2}				
Aquiridos	Média	DP	Média (Sem *outliers*)	N	Média	DP	N (Sem *outliers*)	Média (Sem *outliers*)
11 - Vidas úteis finitas (vidas/taxas) ou indefinidas	0,88	0,323	0,89	152	**0,89**	0,316	141	**0,94**
12 - Métodos de amortização (vidas finitas)	**0,89**	0,315	**0,90**	152	**0,89**	0,308	141	**0,94**
13 - Quantia escriturada bruta e amortização acumulada no início e no fim período	**0,98**	0,139	**0,99**	152	**0,99**	0,114	141	**1**
14 - Rubrica da Demonstração dos Resultados com amortização de intangíveis	0,83	0,377	0,84	150	0,85	0,362	140	0,85
15 - Reconciliação da quantia escriturada no início e fim período:								
15.1. - Adições (interna/adquiridas/concentração)	**0,94**	0,236	**0,95**	146	0,99	0,117	138	1
15.2. - Classificados como detidos para venda (IFRS5)	0,01	0,081	0	3	0,33	0,577	3	0,33
15.3. - Aumentos/diminuições por revalorizações/imparidades registados no Capital Próprio	0	0	0	0			0	
15.4. - Perdas por imparidades em resultados	0,05	0,223	0,02	8	1	0	8	1
15.5. - Perdas por imparidade revertidas em resultados	0,04	0,195	0,01	6	1	0	6	1
15.6. - Amortização no período	0,84	0,371	0,84	150	0,85	0,355	140	0,85
15.7. - Diferenças de câmbio no período	0,42	0,496	0,41	65	1	0	65	1
15.8. - Outras alterações na quantia escriturada no período	0,85	0,359	0,86	131	0,99	0,087	125	0,99
16 - Informação dos intangíveis com imparidade (IAS 36)	0,07	0,248	0,03	11	0,91	0,302	11	0,91
17 - Informação sobre alterações de estimativas (IAS 8)	0,01	0,081	0	1	1	0	1	1
18 - Activos com vida útil indefinida e razões significativas (§90)	0,19	0,393	0,17	29	1	0	29	1
19 - Descrição; quantia escriturada e vida útil de intangíveis materialmente relevantes	0,88	0,331	0,88	152	0,88	0,324	141	**0,95**
20 - Intangíveis adquiridos com subsídio do governo:								
20.1. - Justo valor inicial	0	0	0	0			0	
20.2. - Quantia escriturada	0	0	0	0			0	
20.3. - Modelo de mensuração subsequente	0	0	0	0			0	
21 - Intangíveis com titularidade restringida e com garantias	0	0	0	0			0	
22 - Quantia de compromissos para aquisição de intangíveis	0	0	0	0			0	
23 - Intangíveis mensurados Segundo o modelo de revalorização:								
23.1. - Data de revalorização	0	0	0	0			0	
23.2. - Quantia escriturada revalorizada	0	0	0	0			0	
23.3. - Quantia escriturada se utilizado o modelo do custo	0	0	0	0			0	
23.4. – Excedente de revalorização	0	0	0	0			0	
23.5. - Métodos utilizados na determinação do justo valor	0,04	0,195	0,03	8	0,75	0,403	8	0,75
24 - Quantia de pesquisa e desenvolvimento reconhecida como gasto	0,10	0,307	0,09	31	0,55	0,506	29	0,52
25 - Separação detalhada dos itens adquiridos	0,18	0,388	0,18	152	0,19	0,394	141	0,21
	N=153		N=146					

Em relação aos subíndices dos indicadores referentes a **outras informações de intangíveis (DIV_{T3})** ou informação opcional constante da norma, verificamos que não é divulgado por nenhum banco informação de intangíveis totalmente amortizados e ainda em uso (*item* 26). Já no que respeita a uma descrição de intangíveis não reconhecidos por não satisfazerem os critérios de reconhecimento (*item* 27) a média de divulgação é de 0,38, tendo num total de oitenta e duas observações a que se aplicam estes indicadores (DIV_{A3}) (correspondente aos anos 2005 a 2009), a divulgação correspondido 71% dessas observações, ou seja, em cerca de cinquenta e oito casos.

Tabela 2.3 - *Itens* do subíndice de outras informações de intangíveis

Outras informações	DIV_{T3}			DIV_{A3}			
	N	Média	DP	N	%	Média	DP
26 - Intangível totalmente amortizado e ainda em uso	153	0	0	0	0		
27 - Descrição de intangíveis não reconhecidos por não satisfazerem os critérios de reconhecimento	153	0,38	0,487	82	53,59	0,71	0,458

Após efetuada a análise a cada *item* que compõe o índice de divulgação, passaremos a descrever estatisticamente cada um dos índices considerados.

Tabela 2.4 - Estatísticas descritivas dos índices e subíndices de divulgação

	DIV_T	DIV_{T1} Gerados	DIV_{T2} Adquiridos	DIV_{T3} Outras Inf.	DIV_A	DIV_{A1} Gerados	DIV_{A2} Adquiridos	DIV_{A3} Outras Inf.
N	153	153	153	153	153	54	152	82
Média	0,2400	0,1592	0,2927	0,1895	0,8286	0,8772	0,8285	0,7073
DP	0,1161	0,2266	0,0846	0,2434	0,1381	0,0943	0,1429	0,4578
Mínimo	0,021	0	0	0	0,167	0,700	0,200	0
Máximo	0,553	0,588	0,571	0,500	1	1	1	1
N (Sem *outliers*)	152		146		147		142	
Média (Sem *outliers*)	0,2380		0,2904		0,8455		0,8526	
DP (Sem *outliers*)	0,1136		0,7072		0,1098		0,1107	
Mínimo (Sem *outliers*)	0,021		0,143		0,556		0,444	
Máximo (Sem *outliers*)	0,532		0,464		1		1	

A média de divulgação dos ativos intangíveis nas DFC dos grupos bancários em Portugal no período de 2001 a 2009 situa-se nos 0,24 quando calculada pelo índice que considera a ponderação dos indicadores de intangíveis divulgados sobre os indicadores totais (**DIV_T**), o que representa uma divulgação de cerca de onze *itens* num total de quarenta e sete[115].

O índice de divulgação que considera a ponderação dos *itens* divulgados sobre os aplicáveis ou relevantes (**DIV_A**) apresenta uma média de divulgação de 0,8286, bastante superior à média do índice de divulgação que considera todos os *itens*. Tal como referido por Cooke (1989), a consideração apenas dos elementos que são aplicáveis ou relevantes não penalisa o índice,

[115] Verificamos, neste índice, a existência de um *outlier* moderado acima dos restantes, o qual apresenta um afastamento não muito pronunciado em relação às outras observações, sendo esta a observação com maior valor de divulgação (média de 0,553 correspondente à CGD em 2009). A sua exclusão não provoca grande alteração na média de divulgação deste índice, dado que esta passa de 0,24 para 0,2380, diminuindo também ligeiramente o valor do DP.

sendo revelador de uma divulgação mais concreta. Desta forma, o número de *itens* divulgados passa para trinta e nove, num total de quarenta e sete[116].

No que respeita ao subíndice dos intangíveis gerados internamente, salientamos que todos os bancos que referiram possuir intangíveis gerados internamente especificaram que se referem a despesas de desenvolvimento interno de produtos de *software*, plataformas informáticas ou sistemas de tratamento automático de dados, únicos e identificáveis, controlados pelo grupo e para os quais é expectável a geração de benefícios económicos futuros para além de um exercício económico[117]. Para o subíndice dos intangíveis gerados internamente na consideração dos *itens* totais (**DIV_{T1}**), a média de divulgação situa-se nos 0,1592, com um DP de 0,2266 o qual representa uma grande dispersão nos dados, não existindo, no entanto, nenhuma observação aberrante. Este subíndice, composto por dezassete *itens*, corresponde à divulgação de 2,7 *itens* que compõe o subíndice (num total de dezassete). A consideração dos indicadores aplicáveis (**DIV_{A1}**) eleva a média para 0,8772, com um DP de 0,0943. A não consideração no cálculo do índice dos elementos intangíveis que não são aplicáveis a cada observação aumenta, assim, essa média de divulgação para cerca de 0,8772. Isto demonstra nitidamente que existem poucos bancos que possuem intangíveis gerados internamente, mas tendo-os, a sua divulgação é quase plena (quinze *itens* em dezassete). De salientar que o indicador menos divulgado de intangíveis gerados internamente é o *item* 10 – separação detalhada dos itens gerados internamente. Este indicador deveria ter sido divulgado, por ser aplicável, no entanto, apenas foi divulgado em média por cerca de 26% dos bancos que o possuíam.

O subíndice de divulgação dos intangíveis adquiridos (**DIV_{T2}**) apresenta uma média de divulgação de 0,2927[118]. Este subíndice, composto por vinte e oito elementos representa a divulgação de cerca de oito *itens* em vinte e oito. A consideração dos elementos aplicáveis ou relevantes (**DIV_{A2}**) eleva a média de divulgação para 0,8285, ou seja, a divulgação passa a ser de cerca de vinte e três num total de vinte e oito *itens*. Assim, através deste subíndice verifica-se que, em média, apenas cinco indicadores que são aplicáveis ou relevantes não são divulgados[119]. Neste âmbito, apresentam-se como indicadores aplicáveis e não divulgados pelos grupos bancários, maioritariamente os pertencentes ao ponto 25 do índice construído (separação detalhada de *itens* adquiridos), com uma média de divulgação de apenas 0,19 (conforme tabela 2.2), o que significa que cerca de 81% dos bancos que possuem intangíveis adquiridos não apresentam divulgação específica da separação destes *itens*. Isto revela uma prática pouco habitual de descrição detalhada dos intangíveis, cingindo-se a efetuar a divulgação sem

[116] Se considerarmos este índice com a exclusão dos *outliers* existentes, que são seis, a média de divulgação sobe para 0,8455, o que representa, em média, cerca de mais um *item* divulgado.
[117] Os bancos BII, BES, BES Investimento, Banco Popular (Portugal), Banif, CGD e Santander.
[118] A qual não difere significativamente com a exclusão dos sete *outliers* existentes (passando para 0,2904).
[119] A exclusão das dez observações aberrantes existentes neste subíndice faz elevar a média de divulgação para 0,8526.

especificar que os mesmos são adquiridos, tendo muitas das vezes as conclusões sido extraídas através de outras informações[120].

Quanto ao subíndice de divulgação de outras informações de intangíveis (opcionais) pela consideração dos *itens* totais (**DIV_{T3}**), verificamos uma média de divulgação de 0,1895. A consideração dos elementos aplicáveis ou relevantes (**DIV_{A3}**) faz essa média elevar-se para os 0,7073, sendo o subíndice de divulgação dos indicadores de outras informações de intangíveis o que menos se divulga. Esta situação justifica-se porque a IAS 38 encorajada, embora não exija, a divulgação de outras informações no âmbito dos ativos intangíveis (que constituem o presente subíndice), concretamente incentiva à divulgação de intangíveis ainda em uso mas já totalmente amortizados e de elementos não reconhecidos por não satisfazerem os critérios de reconhecimento. Esta opção (e não exigência) de divulgação faz com que este seja o índice menos divulgado, revelando uma política de divulgação baseada nas exigências e não na seleção de informações de âmbito mais facultativo.

Pela análise aos três subíndices de divulgação de intangíveis pelos *itens* totais, verificamos que o subíndice dos intangíveis adquiridos (**DIV_{T2}**) é o que apresenta maior média de divulgação, estando a menor média de divulgação no subíndice de elementos gerados internamente (DIV_{T1}). Estes resultados revelam que, nas cento e cinquenta e três observações consideradas no estudo, apenas cinquenta e quatro possuem intangíveis gerados internamente, ou seja, apenas cerca de 35% das observações os possuem. Como a consideração dos *itens* divulgados sobre a totalidade dos *itens* prejudica o índice, este está muito penalizado pelo facto de os bancos possuírem poucos intangíveis gerados internamente, constando, por isso, no numerador da equação menos intangíveis e no denominador a totalidade dos indicadores que compõem o índice. Assim, dada a restrição do normativo contabilístico na aceitação do reconhecimento de intangíveis gerados internamente, os bancos reconhecem como gasto a generalidade desses intangíveis, o que faz diminuir os *itens* reconhecidos, logo também os divulgados.

No que respeita aos subíndices de divulgação dos *itens* aplicáveis ou relevantes, verificamos que é nos intangíveis gerados internamente (**DIV_{A1}**) que a divulgação apresenta maior média, ou seja, quando analisamos a divulgação de *itens* que sejam aplicáveis há uma maior divulgação nos intangíveis gerados internamente, comprovando o referido anteriormente e demonstrado pela menor média de divulgação no subíndice dos intangíveis gerados internamente quando considerados os *itens* totais. A razão para tais resultados deve-se a que a maioria dos bancos, não possuindo estes elementos, não os divulga, no entanto, a sua existência faz com que haja maior divulgação destes intangíveis.

[120] Apenas divulgaram separadamente, identificando os *itens* adquiridos, os bancos BIG e banco Santander (a partir de 2006); o banco BES, BES Investimento, BPI e Deutsch Bank Portugal (a partir de 2005) e o Banco de Investimento Imobiliário (em 2008).

Uma análise da divulgação dos ativos intangíveis antes de 2005 e a partir de 2005 (ano de alteração dos normativos contabilísticos pela entrada em vigor da IAS 38) ajuda na análise à influência da mesma na divulgação de informação.

Tabela 2.5 - Estatísticas descritivas da divulgação antes de 2005 e a partir de 2005

		DIV_T	DIV_{T1} Gerados	DIV_{T2} Adquiridos	DIV_{T3} Outras Inf.	DIV_A	DIV_{A1} Gerados	DIV_{A2} Adquiridos	DIV_{A3} Outras Inf.
Anos 2001-2004	N	68	68	68	68	68	20	68	0
	Média	0,2027	0,1272	0,2631	0	0,8000	0,8639	0,7860	0
	DP	0,0929	0,2079	0,0519	0	0,1281	0,0507	0,1304	0
Anos 2005-2009	N	85	85	85	85	85	34	84	82
	Média	0,2698	0,1848	0,3164	0,3412	0,8515	0,8850	0,8549	0,7073
	DP	0,1244	0,2386	0,0975	0,2342	0,1422	0,1124	0,1478	0,4578

Da análise aos resultados apresentados na tabela anterior, verificamos que a média de divulgação de intangíveis pelo índice DIV_T é de 0,2027 antes de 2005 e de 0,2698 a partir de 2005, ou seja, a adoção da norma (IAS 38) fez aumentar em cerca de 0,07 a divulgação de intangíveis na consideração dos *itens* totais. De salientar a menor homogeneidade na divulgação a partir de 2005 refletida no aumento do DP neste período. Este resultado espelha a divergência no impacto da adoção da norma internacional a partir de 2005, pois, enquanto uns bancos consideraram de forma mais rigorosa a aplicação dos princípios de divulgação nela prescritos, outros houve que mantiveram, na quase generalidade das situações, os mesmos critérios que vinham aplicando anteriormente à sua adoção[121].

O índice de divulgação dos *itens* aplicáveis, DIV_A, aumentou em média 0,05 do período anterior para o período após a aplicação da IAS 38. Também aqui se verificou um aumento do DP, embora bastante menos significativo, o que indica que, no que diz respeito a intangíveis divulgados em relação aos que são aplicáveis a cada banco há maior aproximação na divulgação efetuada antes após a aplicação da norma[122]. Verificamos em todos os subíndices um aumento na divulgação a partir da aplicação da norma, sendo que, a divulgação de outras informações de

[121] Salientamos como tendo alterado mais acentuadamente a divulgação após a adoção da norma internacional os bancos: Banco Popular Portugal, Banif e Finantia.

[122] O BES e o BES Investimento foram os bancos que mais intangíveis possuíam (maior número de *itens* do índice) e os que mais cumpriram a divulgação dos *itens* aplicáveis, tendo sido divulgados todos os *itens* aplicáveis a partir de 2005, ou seja, a divulgação foi total pelo índice DIV_A.

intangíveis contemplada na IAS 38, apenas se revela a partir do acolhimento da mesma (em 2005)[123].

De salientar que, como exposto no capítulo anterior, no ano de 2005 foi aplicado um regime transitório de exceção com várias alternativas de aplicação dos normativos contabilísticos, permitindo que os bancos que não tivessem títulos admitidos à cotação num mercado regulamentado, apresentassem as suas contas consolidadas com base nas IAS, nas NCA ou no PCSB. Tal situação dificulta a comparabilidade dos resultados pela diversidade de normativos aplicáveis. No entanto, excluindo os dados referentes ao ano de transição (ano 2005) verificamos que a média de divulgação pelo índice DIV_T não apresenta diferença acentuada em relação à média apresentada com a inclusão do ano de 2005 (passando para uma média de 0,2762). Quanto ao índice DIV_A, a sua média de divulgação passa para 0,8584, não se verificando alteração em relação à média de divulgação com a inclusão do ano de transição.

Podemos daqui extrair que, apesar de se verificar uma maior divulgação a partir de 2005, a diferença que seria de esperar seria mais acentuada, pois, dado não haver imposição explícita de divulgações detalhadas e rigorosas por parte do BdP (a não ser em algumas matérias que não a aqui analisada), as entidades apresentavam já uma média de divulgação considerada equiparável à efetuada a partir de 2005. Mais especificamente, o que nos parece é que os grupos bancários mesmo antes de ser imposta a adoção da norma internacional nas suas contas consolidadas, e no que respeita a divulgações, tinham já algum cuidado na prestação da informação necessária para a interpretação das DFC. Este resultado confirma os obtidos por Gomes *et al.* (2006) ao concluírem que a divulgação de informação de intangíveis nas DF de 2003 das sociedades cotadas portuguesas é superior nas entidades do setor financeiro, concluindo acerca de uma divulgação consonante com a norma internacional antes da sua adoção nas DFC das entidades em Portugal.

Esta situação poderá dever-se à forte regulamentação no que respeita aos requisitos informativos exigidos às entidades bancárias com ações cotadas em bolsa, sendo imposição da entidade reguladora destas sociedades (a CMVM) a emissão uniformizada e detalhada de informação. Tal como referido no enquadramento normativo desenvolvido no capítulo anterior, o artigo 11º do CVM, adverte que a CMVM, pode, através de regulamento, "definir regras, harmonizadas com padrões internacionais, sobre o conteúdo, a organização e a apresentação da informação económica, financeira e estatística utilizada em documentos de prestação de contas, bem como as respetivas regras de auditoria". O referido artigo acrescenta ainda que a CMVM deve

[123] Dos dois *itens* que constituem este índice de divulgação, não foi divulgado por nenhum banco o indicador 26 – intangíveis totalmente amortizados e ainda em uso (verificado na tabela 2.3). Quanto ao indicador 27 – descrição de intangíveis não reconhecidos por não satisfazerem os critérios de reconhecimento, verificamos que apenas três grupos bancários não divulgaram este indicador (Banco BIG, Banif e Finibanco), tendo o banco Itaú apenas efetuado essa descrição no ano de transição.

estabelecer com o BdP "regras destinadas a assegurar a compatibilização da informação a prestar por intermediários financeiros sujeitos também à supervisão de alguma daquelas autoridades". Deste modo, embora não estivessem admitidas à cotação as ações de todos os grupos bancários analisados e desconhecendo-se qualquer exigência emitida pelo BdP no âmbito da divulgação dos ativos intangíveis (tendo o anexo I e II à Instrução n.º 71/96 do BdP definida a estrutura de apresentação das DF e das informações no âmbito da consolidação), os bancos parecem ter atendido a alguns princípios relevantes na emissão de informação.

Através de um sistema de institucionalismo coercivo, normativo e mimético, as entidades divulgam informações nas suas DFC de forma mais completa e detalhada para confirmar um comportamento legítimo para com as entidades perante as quais têm obrigações decorrentes do exercício da sua atividade (organismos de regulação e fiscalização), como também respondem a expetativas de grupos específicos de *stakeholders*, nomeadamente os investidores, os concorrentes e os clientes bancários.

Após a análise à extensão da divulgação de informação de intangíveis efetuada nas DFC dos grupos bancários, analisaremos de seguida a evolução dessa divulgação ao longo dos nove anos em estudo. A análise à evolução da divulgação de informação sobre intangíveis é justificada pela melhoria na aplicação dos métodos de divulgação, pela maior importância dada a essa divulgação e pela experiência que as organizações vão adquirindo com a divulgação.

Para cumprirmos este objetivo procederemos à apresentação de estatísticas descritivas e resultados do teste de *Friedman* para a interpretação dos resultados obtidos. Essencialmente através dos valores de média e DP, conjugados com os resultados do teste de *Friedman,* concluiremos sobre a evolução da média de divulgação em cada índice, assim como da significância estatística dessa evolução, ou seja, a significância estatística da existência de diferenças no índice de divulgação em cada ano considerado. Seguidamente, uma análise aos resultados do teste de *Wilcoxon* permitir-nos-ão verificar a existência de uma incidência pronunciada na divulgação nos anos de aplicação do novo normativo contabilístico nas contas consolidadas dos bancos.

Começaremos a nossa análise à evolução do **índice de divulgação dos *itens* totais, DIV_T**, o qual é apresentado na tabela 2.6 que se segue.

Tabela 2.6 - Estatísticas descritivas e teste de *Friedman* do índice DIV_T

DIV_T	Média	N	Média (Sem *outliers*)	N	DP	Mín.	Máx.	Pontuação média
2001	0,1978	17	0,1745	15	0,0921	0,085	0,383	2,82
2002	0,1977	17	0,1745	15	0,0914	0,085	0,383	2,97
2003	0,2103	17			0,0986	0,106	0,383	3,32
2004	0,2090	17			0,1007	0,085	0,383	3,26
2005	0,2465	17			0,1218	0,085	0,468	5,24
2006	0,2716	17	0,2440	15	0,1214	0,085	0,489	6,32
2007	0,2728	17	0,2580	16	0,1297	0,021	0,511	6,79
2008	**0,2828**	17	0,2673	16	0,1240	0,149	0,532	7,06
2009	0,2778	17	0,2606	16	0,1357	0,021	0,553	7,21

Teste de *Friedman*

N = 17
χ^2 = 74,752
df = 8
p=0,000

Os resultados apresentados na tabela anterior permitem verificar que o ano que apresenta maior média de divulgação é o ano de 2008 (com uma média de 0,2828). Os valores apresentados da pontuação média do teste de *Friedman* permitem-nos inferir acerca da existência diferenças no índice de divulgação geral **DIV_T** ao longo do período analisado, com prova de uma evolução estatisticamente significativa (χ^2=74,752, com p=0,000). Verifica-se ainda que a média de divulgação deste índice aumentou de 0,1978 em 2001 para 0,2778 em 2009[124].

O subíndice de divulgação dos **intangíveis gerados internamente DIV_{T1}** apresentado na tabela seguinte, revela um resultado do teste de *Friedman* estatisticamente significativo para provar a existência de diferenças na média de divulgação. No entanto, é de salientar que este índice aumentou mais acentuadamente de 2004 para 2005 e de 2005 para 2006, tendo sofrido um decréscimo a partir de 2006 (fruto da adoção da norma – IAS 38), o significa que a partir da plena adoção da norma internacional (e porque esta restringe o reconhecimento de grande parte dos intangíveis gerados internamente), o índice de divulgação foi sofrendo diminuições. Mesmo assim, a divulgação analisada por este índice apresenta uma média de 0,1246 no ano de 2001 e 0,1868 no ano de 2009[125]. O ano de 2006 é assim aquele em que se verifica maior média de divulgação de intangíveis gerados internamente nas contas consolidadas dos bancos em Portugal.

[124] A exclusão de dois *outliers* moderados acima dos restantes no ano de 2006 baixa a média de divulgação em cerca de três pontos percentuais (que corresponde ao banco BES e CGD que neste ano divulgaram acentuadamente mais que os restantes bancos). Um *outlier* moderado existente nos anos de 2007, 2008 e 2009 altera também a média de divulgação (que corresponde à CGD que divulgou nestes anos mais informação deste indicador), continuando, mesmo assim, o ano de 2008 o que apresenta maior média de divulgação (com o valor de 0,2673).

[125] Nos anos de 2001 e 2002 existem quatro grupos bancários que divulgam acentuadamente mais informação de intangíveis gerados internamente e, com a sua exclusão, a média de divulgação torna-se praticamente irrelevante.

Tabela 2.7 - Teste de *Friedman* para o índice de divulgação DIV_{T1}

DIV_{T1} (gerados internamente)	Média	N	Média (Sem *outliers*)	N	DP	Mín.	Máx.	Pontuação média
2001	0,1246	17	0,0136	13	0,2110	0	0,529	4,24
2002	0,1246	17	0,0136	13	0,2110	0	0,529	4,24
2003	0,1349	17			0,2208	0	0,529	4,47
2004	0,1349	17			0,2208	0	0,529	4,47
2005	0,1660	17			0,2427	0	0,588	5,38
2006	**0,1938**	17			0,2511	0	0,588	5,74
2007	0,1903	17			0,2457	0	0,588	5,65
2008	0,1868	17			0,2410	0	0,588	5,41
2009	0,1868	17			0,2410	0	0,588	5,41

Teste de *Friedman*

N = 17
χ^2 = 22,938
df = 8
p=0,003

Os resultados para o subíndice de divulgação dos **intangíveis adquiridos DIV_{T2}** são apresentados na tabela abaixo.

Tabela 2.8 - Teste de *Friedman* para o subíndice DIV_{T2}

DIV_{T2} (adquiridos)	Média	N	Média (Sem *outliers*)	N	DP	Mín.	Máx.	Pontuação média
2001	0,2416	17	0,2567	16	0,0832	0	0,321	3,26
2002	0,2562	17			0,0523	0,143	0,321	3,53
2003	0,2709	17			0,0472	0,179	0,321	3,91
2004	0,2688	17	0,2770	16	0,0551	0,143	0,321	3,85
2005	0,2899	17			0,0817	0,143	0,393	4,68
2006	0,3130	17			0,0833	0,143	0,464	5,76
2007	0,3195	17	0,3372	16	0,1053	0,036	0,500	6,44
2008	**0,3362**	17			0,0938	0,214	0,536	6,71
2009	0,3277	17	**0,3482**	16	0,1245	0	0,571	6,85

Teste de *Friedman*

N = 17
χ^2 = 52,226
df = 8
p=0,000

Também este subíndice se apresenta estatisticamente significativo pelo teste de *Friedman*, ou seja, prova-se a hipótese de existência de diferenças de divulgação ao longo dos nove anos analisados. A média de divulgação sentiu uma evolução de 0,2416 para 0,3277 do primeiro ao último ano considerado na análise. O ano de 2008 é aquele que se apresenta com maior média de divulgação, sendo a maior acentuação dessa diferença no ano de 2006, tal como comprovado pelo teste *Wilcoxon*, apresentado na tabela 2.15 exibida mais à frente. A exclusão de um banco

que acentuadamente divulga menos que os restantes nos anos de 2007 e 2009, torna o ano de 2009 como o que apresenta maior média de divulgação do índice de intangíveis adquiridos[126].

No que respeita ao subíndice de divulgação de **outras informações de intangíveis**, **DIV_{T3},** a prova de existência de diferenças é verificada pela significância estatística apresentada no teste de *Friedman*, sendo a partir do ano de 2005 que a norma contempla a divulgação de outras informações, o que faz com que apenas a partir desse ano sejam divulgados estes intangíveis.

De salientar o já referido anteriormente que os valores apresentados pelos grupos bancários referentes à divulgação efetuada por este subíndice, dizem apenas respeito a um único indicador, dado que nenhum banco divulgou informação acerca de intangíveis totalmente amortizados e ainda em uso (*item* 26 do índice).

Tabela 2.9 - Teste de *Friedman* para o subíndice DIV_{T3}

DIV_{T3} (outras Inf.)	Média	N	DP	Mín.	Máx.	Pontuação média
2001	0	17	0	0	0	3,29
2002	0	17	0	0	0	3,29
2003	0	17	0	0	0	3,29
2004	0	17	0	0	0	3,29
2005	0,3235	17	0,2463	0	0,500	6,21
2006	0,3529	17	0,2348	0	0,500	6,47
2007	0,3235	17	0,2463	0	0,500	6,21
2008	0,3529	17	0,2348	0	0,500	6,47
2009	0,3529	17	0,2348	0	0,500	6,47

Teste de *Friedman*

N = 17
χ^2 = 81,879
df = 8
p=0,000

Apresentam-se de seguida os resultados da aplicação do teste de *Friedman* para o índice de divulgação de intangíveis que considera os indicadores divulgados sobre os indicadores que cada entidade possui (DIV_A), assim como os subíndices de divulgação dos intangíveis gerados internamente, intangíveis adquiridos e outras informações de intangíveis, calculados pelo mesmo critério.

[126] Este banco é o Banco de Investimento Imobiliário que se preparava para efetuar a integração por fusão no BCP, a qual havia sido anunciada no Relatório de gestão de 2007, tendo os ativos intangíveis nas suas DFC tido uma divulgação irrelevante no ano de 2009.

Tabela 2.10 – Estatísticas descritivas e teste de *Friedman* índice DIV_A

DIV_A	Média	N	Média (Sem *outliers*)	N	DP	Mín.	Máx.	Pontuação média
2001	0,7852	17			0,1350	0,500	0,900	3,41
2002	0,7869	17			0,1316	0,500	0,900	3,50
2003	0,7738	17	0,8167	16	0,2086	0,088	0,900	3,85
2004	0,8078	17	0,8489	15	0,1406	0,444	0,900	3,85
2005	0,8240	17	0,8477	16	0,1574	0,444	1	4,79
2006	0,8422	17	0,8671	16	0,1470	0,444	1	5,76
2007	0,8329	17	0,8745	16	0,1978	0,167	1	6,44
2008	**0,8798**	17	0,8931	16	0,0960	0,667	1	6,65
2009	0,8788	17	0,8921	16	0,0927	0,667	1	6,74

Teste de *Friedman*

N = 17
χ^2 = 42,171
df = 8
p=0,000

Os resultados apresentados na tabela anterior permitem comprovar uma evolução no índice de divulgação dos **intangíveis aplicáveis ou relevantes** (**DIV_A**), resultando o teste de *Friedman* altamente significativo (χ^2=42,171 com p=0,000). O ano de 2008 apresenta-se com uma ligeira superioridade na média de divulgação destes intangíveis (com uma média de 0,8798)[127].

Tabela 2.11 - Estatísticas descritivas e teste de *Friedman* para o subíndice DIV_{A1}

DIV_{A1} (gerados internamente)	Média	N	DP	Mín.	Máx.	Pontuação média
2001	0,8456	5	0,0670	0,800	0,900	2,88
2002	0,8456	5	0,0670	0,800	0,900	2,88
2003	0,8822	5	0,0280	0,889	0,900	3,38
2004	0,8822	5	0,0280	0,889	0,900	3,38
2005	**0,8963**	6	0,0947	0,900	1	6
2006	0,8826	7	0,1243	0,700	1	6,63
2007	0,8826	7	0,1243	0,700	1	6,63
2008	0,8826	7	0,1243	0,700	1	6,63
2009	0,8826	7	0,1243	0,700	1	6,63

Teste de *Friedman*

N = 4
χ^2 = 23,000
df = 8
p=0,003

O subíndice de divulgação de **intangíveis gerados internamente DIV_{A1}** apresenta uma evolução acentuada até ao ano de 2005 e um decréscimo no ano de 2006, mantendo a mesma divulgação partir desse ano. A média em 2001 é de 0,8456, aumentando em nove anos para

[127] A média de divulgação é de 0,8931 quando corrigida da observação aberrante abaixo das restantes observações (correspondentes ao BII), ou seja, a divulgação efetuada por este banco nas suas DFC desvia-se pronunciadamente da divulgação dos restantes.

0,8826. A leitura destes resultados, essencialmente o mesmo valor de média a partir de 2006, permitem-nos confirmar a restrição da norma internacional no reconhecimento dos ativos intangíveis gerados internamente, o que faz com que, o não reconhecimento conduza à sua não divulgação. Reforçamos a observação de que a não variação na média de divulgação assim como a não existência de bancos que se desviam desse padrão de divulgação (não existência de *outliers*), espelham a limitação existente nesta temática no âmbito da norma internacional, que resulta numa excessiva precaução no reconhecimento (e consequente divulgação) deste tipo de intangíveis.

Tabela 2.12 – Estatísticas descritivas e teste de *Friedman* para o subíndice DIV_{A2}

DIV_{A2} (adquiridos)	Média	N	Média (Sem *outliers*)	N	DP	Mín.	Máx.	Pontuação média
2001	0,7779	17			0,1381	0,500	0,900	3,59
2002	0,7795	17			0,1349	0,500	0,900	3,59
2003	0,8194	17			0,1124	0,556	0,900	4,06
2004	0,8071	17	0,8298	16	0,1412	0,444	0,900	3,88
2005	0,8206	17	0,8441	16	0,1635	0,444	1	4,78
2006	0,8479	17			0,1513	0,500	1	5,50
2007	0,8438	17	0,8590	16	0,1983	0,200	1	6,69
2008	**0,8872**	17	0,9188	15	0,1068	0,600	1	6,41
2009	0,8764	16	0,9087	15	0,1022	0,600	1	6,50

Teste de *Friedman*

N = 16
χ^2 = 35,811
df = 8
p=0,000

No que diz respeito aos **intangíveis adquiridos** na informação aplicável ou relevante (**DIV_{A2}**), verifica-se um aumento na divulgação nos anos de 2005, 2006 e 2008, tendo nos anos de 2007 e 2009 sofrido um ligeiro decréscimo. O ano de 2008 é o que apresenta maior média de divulgação, com o valor de 0,8872. Os resultados do teste de *Friedman* apresentam-se estatisticamente significativos para provar a diferença na divulgação deste índice ao longo do período analisado, sendo a sua evolução representada num aumento médio de dez pontos percentuais do ano de 2001 para o ano de 2009[128].

[128] A divulgação de intangíveis adquiridos nos *itens* que são relevantes adquire o valor médio de 0,9188 com a exclusão de duas observações aberrantes, sendo o Banco Popular Portugal e Finantia os que divulgam marcadamente menos informação deste índice.

Tabela 2.13 – Estatísticas descritivas e teste de *Friedman* para o subíndice DIV_{A3}

DIV_{A3} (Outras Inf.)	Média	N	Média (Sem *outliers*)	N	DP	Mín.	Máx.	Pontuação média
2005	**0,7857**	14	1	12	0,4258	0	1	3,32
2006	0,7059	17			0,4697	0	1	2.96
2007	0,6471	17			0,4926	0	1	2.79
2008	0,7059	17			0,4697	0	1	2.96
2009	0,7059	17			0,4697	0	1	2.96

Teste de *Friedman*

N = 14
χ^2 = 4,800
df = 4
p=0,308

O subíndice de divulgação dos *itens* aplicáveis ou relevantes de **outras informações de intangíveis** (**DIV_{A3}**) apenas se aplica a partir de 2005, não se apresentando o teste de *Friedman* com resultados estatisticamente significativos para essa diferença ao longo do tempo (χ^2=4,800 com p=0,308), assim como não se verifica um aumento acentuado na divulgação de intangíveis por este índice. Verificamos, no entanto, que em 2005 houve a preocupação de fazer alguma divulgação acerca destes intangíveis, nomeadamente dos que não foram reconhecidos por imposição do previsto na IAS 38 (*item* 27 do índice de divulgação). Ao excluir três observações aberrantes abaixo das restantes na divulgação deste parâmetro em 2005, verificamos que a divulgação é efetuada por todos os restantes bancos[129]. Verifica-se ainda que a partir desse ano, essa divulgação diminui, tendo alguns bancos efetuado uma descrição de intangíveis não reconhecidos por não satisfazerem os critérios de reconhecimento (*item* 27) apenas no ano de transição, não voltando a contemplar nas divulgações efetuadas nos anos seguintes qualquer informação a este respeito.

A tabela 2.14 abaixo apresentada resume os resultados obtidos para a formulação da hipótese H1 de que a divulgação de informação de intangíveis aumenta ao longo do período analisado (2001-2009).

[129] Os três bancos que não divulgaram, no ano de 2005, este parâmetro foram o banco BIG, Finbanco e BII. Salientamos que para este ano foi criado um regime de exceção, permitindo que os bancos que não tivessem ações admitidas à cotação em mercado regulamentado pudessem optar pela aplicação do PCSB ou das NCA em detrimento da IAS, o que poderá ter justificado a não divulgação deste indicador por estes bancos no ano de transição.

Tabela 2.14 – Tabela de confirmação estatística da hipótese H1

Índices e subíndices	Hipótese	Confirmação estatística
DIV_T	**H1**: A divulgação de informação de intangíveis aumenta ao longo do período analisado (2001-2009).	Confirmada
DIV_{T1} Gerados internamente		Confirmada
DIV_{T2} Adquiridos		Confirmada
DIV_{T3} Outras Informações		Confirmada
DIV_A		Confirmada
DIV_{A1} Gerados internamente		Confirmada
DIV_{A2} Adquiridos		Confirmada
DIV_{A3} Outras Informações		Não confirmada

Como foi possível verificar pelos resultados apresentados anteriormente, a extensão da divulgação de intangíveis sofreu alterações ao longo do período analisado (2001 a 2009). Verificou-se, na generalidade, um aumento na divulgação em cada um dos índices e subíndices de divulgação construídos. Este aumento na divulgação de informação de intangíveis é justificado pelo acréscimo em termos de experiência adquirida por parte das instituições de crédito, a qual está explicitamente salvaguardada pelo BdP no n.º 4 da Instrução n.º 18/2005, a qual refere que "(…) nesta fase inicial de implementação da situação analítica (cfr. Instrução n.º 23/2004), não decorreu ainda o tempo, ou ainda não foi adquirida a experiência, que permita assegurar que a afetação das rubricas às DF tenha sido efetuada em total conformidade com os princípios estabelecidos nas NIC".

O ano de 2008 revelou, na maioria dos índices, os maiores níveis de divulgação de intangíveis nas DFC. Neste ano foi publicado o Regulamento (CE) n.º 1126/2008, o qual revoga o Regulamento (CE) n.º 1725/2003, que havia adotado certas NIC nos termos do Regulamento (CE) n.º 1606/2002. O Regulamento publicado no ano de 2008 visa a simplificação da legislação comunitária relativa às NIC, incorporando num único texto todas as normas apresentadas pelo IASB. Esta alteração comunitária poderá ter provocado nos grupos bancários alguma influência (fruto do institucionalismo que sobre eles se impõe) na adoção de melhores práticas de divulgação da informação em matéria de intangíveis. O Regulamento da CMVM n.º 5/2008 relativo aos deveres de informação poderá também, tal como a regulamentação comunitária, ter provocado alguma pressão na divulgação da informação, não tendo este regulamento a função de definir o conteúdo das divulgações efetuadas, mas sim estabelecer matérias no âmbito dos deveres de informação a prestar pelos emitentes de valores mobiliários.

O efeito de alguma pressão normativa no âmbito de uma maior transparência poderá ter provocado maior detalhe em toda informação divulgada.

Outro fator que poderá ter incentivado a uma maior divulgação de informação poderá também estar relacionado com os reflexos da crise nos mercados financeiros, que, particularmente desde meados de 2007 até meados de 2009 assolou o setor financeiro e, mais concretamente, a indústria bancária. A maior instabilidade dos mercados, a crise de confiança que resulta de uma economia mais arriscada e a necessidade de reestruturação do sistema bancário, consequência da maior exigência na afirmação das instituições financeiras, poderá também ter sido determinante na maior extensão da informação financeira divulgada.

Perante os resultados apresentados, confirmamos genericamente a hipótese H1formulada de que a divulgação de informação de intangíveis aumenta ao longo do período analisado (2001-2009). Os resultados apresentados apenas não nos permitem confirmar estatisticamente o aumento da divulgação para o subíndice de outras informações de intangíveis (informação opcional da norma) na consideração dos *itens* aplicáveis a cada banco (DIV_{A3}).

Para analisarmos as alterações na quantidade da informação divulgada de intangíveis de um período em relação ao período anterior, e podermos aferir da maior divulgação de intangíveis no período de adoção da IAS 38, recorremos ao teste *Wilcoxon* para amostras emparelhadas. Na tabela 2.15 são apresentados os resultados do índice e subíndices pela consideração dos indicadores divulgados sobre os indicadores totais. Para os resultados referentes à evolução da divulgação pela consideração dos indicadores divulgados sobre os aplicáveis (DIV_A, DIV_{A1}, DIV_{A2} e DIV_{A3}), em nenhum ano a diferença de divulgação foi estatisticamente significativa, não sendo, por isso, apresentada tabela de resultados do teste de *Wilcoxon*. Estes resultados derivam da construção dos próprios índices, pois no índice de divulgação que considera os indicadores divulgados sobre os indicadores totais (DIV_T), e tendo o denominador da fração um valor fixo (quarenta e sete *itens*), a ocorrência de um aumento dos indicadores divulgados, mantendo-se fixo o denominador dos indicadores totais, produz um aumento significativo no índice total. Já na consideração dos indicadores divulgados sobre os indicadores aplicáveis, e adquirindo os *itens* aplicáveis (denominador) um valor variável, o aumento dos indicadores divulgados são acompanhados de um aumento dos indicadores aplicáveis, o que faz com que não se reflita num aumento estatisticamente significativo do índice. Deste modo, os resultados deverão apenas ser interpretados em relação ao índice total por ser aquele que reflete a maior incidência da adoção da norma.

Tabela 2.15 - Teste *Wilcoxon* para o período 2001 a 2009

		2002 - 2001	2003 - 2002	2004 - 2003	2005 - 2004	2006 - 2005	2007 - 2006	2008 - 2007	2009 - 2008
DIV_T	Z	-0,272 0,785	-1,594 0,111	0,000 1,000	**-2,046** **0,041**	**-2,143** **0,032**	-0,658 0,511	-0,568 0,570	-0,170 0,865
DIV_{T1}	Z	0,000 1,000	-1,342 0,180	0,000 1,000	-1,156 0,109	-1,342 0,317	-1,000 1,000	-1,000 1,000	0,000 1,000
DIV_{T2}	Z	-0,535 0,593	-1,414 0,157	-0,447 0,665	-1,479 0,139	**-2,124** **0,034**	-0,795 0,427	-0,895 0,371	-0,170 0,865
DIV_{T3}	Z	0,000 1,000	0,000 1,000	0,000 1,000	**-3,317** **0,001**	-0,447 0,655	-1,000 0,317	-1,000 0,317	0,000 1,000

A aplicação deste teste permite-nos confirmar os resultados do teste de *Friedman* ao provar a existência de uma diferença estatisticamente significativa na divulgação de intangíveis no índice de divulgação **DIV_T**, com aumento em todos os anos exceto no ano de 2004 (em relação a 2003) o qual apresenta uma ligeira queda. Este teste serve para confirmar uma alteração estatisticamente significativa na divulgação de intangíveis nos anos de 2005 e 2006, ou seja, os anos em que a norma dos ativos intangíveis foi aplicada pela primeira vez nas contas consolidadas das entidades bancárias[130].

Tal como já verificado através do teste de *Friedman*, o subíndice dos intangíveis gerados internamente **DIV_{T1}**, que foi crescente até 2006, sofrendo decréscimos a partir dessa data, como resultado das restrições ao reconhecimento como ativo deste tipo de recursos. Em consequência disso não se confirma uma incidência pronunciada da adoção da IAS 38 na divulgação destes intangíveis. Como verificado igualmente através do teste de *Friedman*, o resultado do teste de *Wilcoxon* para o subíndice **DIV_{T2}** prova a significância do aumento da divulgação deste índice no ano de 2006, ou seja, a norma internacional dos intangíveis teve impacto significativo na divulgação de intangíveis adquiridos no ano em que os grupos bancários adotaram plenamente a IAS 38 nas suas DFC. Em 2005 existe uma incidência pronunciada na divulgação de indicadores de outras informações de intangíveis (**DIV_{T3}**). Esta matéria, não sendo exigida no âmbito do PCSB, não mereceu qualquer divulgação até 2005, passando a mesma a ser divulgada no âmbito da IAS 38.

Baseados na teoria institucional de que as organizações deverão agir em conformidade com as normas instituídas no sentido de uma convergência com as práticas ditadas por essas normas, os resultados apresentados na tabela anterior permitem-nos confirmar que o aumento da divulgação

[130] Relembramos que através do Aviso n.º 1/2005, o BdP considera vantajoso que as sociedades cujos valores mobiliários não estiverem admitidos à negociação num mercado regulamentado, elaborem as suas contas com base nas NIC. No entanto, para essas mesmas sociedades considera justificável a existência de um regime transitório, durante o ano de 2005, para uma melhor adaptação ao novo enquadramento contabilístico.

de informação de intangíveis tem uma incidência pronunciada no ano em que se verificou a mudança do normativo contabilístico. A adoção da norma internacional (IAS 38) nas instituições bancárias em Portugal, em 2005, assim como no ano de 2006, pela possibilidade de alargamento do período transitório, segundo o Aviso n.º 1/2005 do BdP, fez com que a incidência dessa norma tenha tido um impacto mais acentuado na divulgação da informação sobre os intangíveis, confirmando-se a hipótese $\mathbf{H1_{a)}}$ para o índice de divulgação dos *itens* totais ($\mathbf{DIV_T}$) e subíndices de intangíveis adquiridos ($\mathbf{DIV_{T2}}$) e outras informações ($\mathbf{DIV_{T3}}$), não se confirmando esse impacto nos ativos intangíveis gerados internamente (DIV_{T1}).

3 – Determinantes da divulgação de informação sobre os ativos intangíveis

Procederemos de seguida à análise dos fatores que consideramos poderem ser determinantes da divulgação de informação de intangíveis nas DFC dos grupos bancários em Portugal. Uma análise univariada e multivariada, com recurso a estimação com dados em painel, serão conduzidas para avaliarmos quais os fatores que podem justificar a extensão da divulgação efetuada.

3.1 – Estudo dos determinantes da divulgação através da análise univariada

Descreveremos de seguida as variáveis independentes a utilizar no presente estudo, as quais foram apresentadas no quadro 2.8. Realizaremos um enquadramento a essas variáveis, nomeadamente no âmbito da sua utilização em outros estudos de divulgação de intangíveis e a pertinência da sua consideração nesta análise.

Dimensão

Consideramos quatro variáveis para medir a dimensão da instituição:

1. a variável ATV representa o logaritmo do valor do ativo líquido da entidade. O procedimento de logaritmização foi adotado por permitir reduzir a possibilidade de observações extremas e melhorar a aderência das variáveis às hipóteses de normalidade;
2. a variável COL é mensurada pelo número de colaboradores do grupo. Este número sofreu também uma logaritmização para anular ou reduzir a dispersão dos dados;
3. a variável ACS representa a visibilidade da instituição, mensurada pelo número de ações da instituição no ano em causa. Tal como nas variáveis anteriores, também nesta variável se considerou o logaritmo neperiano do número de ações da instituição;

4. a variável INTE representa a internacionalização do banco que é medido pelo número de países onde se sediam as subsidiárias e as associadas incluídas no perímetro de consolidação[131].

A variável internacionalização[132] é considerada em diversos estudos empíricos que se debruçam sobre os determinantes da divulgação, embora esta medida tenha sido quantificada de formas diversas. Cooke (1989) analisou esta variável através dos relacionamentos com a empresa-mãe, sendo a sua mensuração efetuada através de duas formas distintas: através do número de subsidiárias da empresa-mãe e através de uma variável dicotómica das subsidiárias com empresa-mãe estrangeira. O autor observa não ser clara a associação entre a divulgação e as relações com a empresa-mãe. Por um lado, considera que organizações com mais subsidiárias terão sistemas de relato mais sofisticados o que poderá significar mais divulgação nos relatórios anuais, sendo menor o custo incremental de informação adicional. Por outro lado, é possível que empresas com mais subsidiárias ocultem mais informação devido a uma maior agregação, logo, associa a divulgação e a relação com empresa-mãe negativamente. Raffournier (1995) considera que, quanto mais internacionalizada uma organização for, maior é o estímulo de divulgação, ou seja, a extensão da divulgação está positivamente relacionada com o nível de atividade internacional da empresa. Também Quevedo (2003) considera que a amplitude do âmbito geográfico das organizações está ligada à sua posição competitiva e que essa internacionalização, por estarem vigiadas por um maior número de interessados, provoca uma maior atenção às atuações das empresas. Sanders e Carpenter (1998) consideram que a internacionalização aumenta a complexidade e as exigências do processamento de informações, tendo as empresas que encontrar uma maior eficiência em termos de divulgação de informação (teoria da sinalização) e monitoramento (teoria da agência).

Rafournier (1995) e Branco e Rodrigues (2008) confirmaram uma associação positiva da divulgação com o grau de atividade externa da organização que relatou. Estes autores, ao usarem como sinónimo o grau de internacionalização com a atividade externa, utilizaram como medida a proporção do volume de negócios para exportação. Em estudos sobre a divulgação de intangíveis a variável internacionalização foi também considerada nos estudos de Firer e Williams (2005) e Oliveira *et al.* (2006), embora em nenhum dos casos a mesma se tenha apresentado estatisticamente significativa para explicar a divulgação de informação do capital intelectual.

[131] Optamos por considerar um conceito alargado de perímetro de consolidação, pelo que entendemos incluir nesse conceito as associadas do grupo. Para maiores desenvolvimentos sobre esta questão ver Rodrigues (2006).
[132] Ou nível de "multinacionalidade" ou "internacionalidade" segundo Raffournier (1995), Riahi-Belkaoui (2001) e Saleh *et al.* (2010).

A consideração da variável que contempla o número de ações que compõem o capital da instituição teve por base estudos de divulgação de intangíveis que defendem que a composição do capital social e do capital próprio (ou património) de uma organização pode também ser indicador da sua dimensão[133]. A maioria destes estudos analisa a influência da concentração (ou difusão) do capital sobre a divulgação de intangíveis. A teoria de agência argumenta que quanto maior a dispersão da propriedade, mais provável é a pressão dos acionistas para uma maior divulgação, reduzindo os custos de agência e assimetria de informação, tendo também os agentes maior motivação para sinalizar que agiram no melhor interesse dos proprietários (Rafournier, 1995). Uma alta concentração de capital representa uma motivação para divulgações mais aproximadas aos interesses do proprietário, ao passo que uma menor concentração (ou maior dispersão de capital) poder-se-á aproximar mais aos interesses do gestor (La Porta *et al.*, 2001 e White *et al.*, 2007). Assim, a teoria da agência e da sinalização apontam para um efeito negativo da concentração do capital na divulgação de informação do capital intelectual.

Há, no entanto, outras métricas para analisar a influência da composição do capital das organizações com a sua divulgação do capital intelectual. Essas métricas são tão distintas como os resultados encontrados. White *et al.* (2007) e Gan *et al.* (2008) mensuraram esta variável pela percentagem de ações detidas pelos vinte maiores acionistas e dez maiores acionistas, respetivamente. Os resultados não se apresentaram associados com a divulgação do capital intelectual. Zhang (2005) considerou a rácio capital próprio sobre o ativo para mensurar esta variável e encontrou uma associação negativa com a divulgação do capital intelectual nos relatórios anuais. Firer e Williams (2005); Li *et al*. (2007, 2008); Ferreira (2008) e Hidalgo *et al.* (2011) definiram esta variável como a concentração da estrutura acionista, mensurando-a como a proporção dos acionistas com direito de voto superior a uma determinada percentagem sobre o número total de ações com direitos de voto. Li *et al*. (2007, 2008) encontraram associação negativa entre a concentração de estrutura acionista e a divulgação do capital intelectual. Oliveira *et al*. (2006); Woodcock e Whiting (2009) e Whiting e Woodcock (2011) mediram a concentração acionista pela percentagem de ações possuídas pelos três acionistas mais importantes. Os resultados não foram consensuais, pois enquanto Oliveira *et al*. (2006) encontraram associação negativa com a divulgação de intangíveis, Woodcock e Whiting (2009) não confirmaram qualquer associação.

[133] Firer e Williams (2005); Zhang (2005); Oliveira *et al*. (2006); White *et al.* (2007); Li *et al*. (2007, 2008); Ferreira (2008); Gan *et al.* (2008); Woodcock e Whiting (2009); Hidalgo *et al.* (2011) e Woodcock e Whiting (2011).

O tamanho ou dimensão da organização teve impacto significativo na divulgação de intangíveis/capital intelectual em grande parte dos estudos efetuados[134]. Atendendo aos resultados do impacto da dimensão nos estudos empíricos de divulgação de intangíveis/capital intelectual e, considerando que os grupos bancários de maior dimensão terão maior tendência em demonstrar a sua posição de supremacia na divulgação de informação financeira, consideramos que a dimensão destas instituições estará positivamente associada à divulgação de informação de intangíveis que fazem nas suas DF. Assim, a hipótese a testar é:

H1: *Os grupos bancários de maior dimensão, que operam em Portugal, tendem a divulgar mais informação sobre os seus ativos intangíveis do que os grupos bancários de menor dimensão.*

Para analisarmos a hipótese formulada procederemos a um conjunto de testes estatísticos os quais nos permitirão concluir sobre a influência da variável dimensão na divulgação de informação de intangíveis.

Tabela 2.16 - Estatística descritiva das variáveis do atributo dimensão

		N	Média	DP	Mínimo	Máximo
ATV	Logaritmo do valor do ativo líquido da entidade	153	6,7475	0,7261	5,177	8,083
COL	Logaritmo do número de colaboradores	153	2,9749	0,8211	1,6721	4,3473
ACS	Logaritmo do número de ações que compõem o capital social da entidade	153	5,1009	0,6656	3,978	6,672
INTE	Nº de países onde se localizam as subsidiárias e associadas do banco	153	4,69	3,630	1	14

Pela análise aos resultados da tabela anterior constatamos que a dimensão média, medida pelo logaritmo do valor do ativo líquido da entidade é de 6,7475, a dimensão medida pelo logaritmo do número de colaboradores é de 2,9749 e o logaritmo do número de ações que compõem o capital social da instituição é de 5,1009. Quanto à dimensão medida pelo número de países de subsidiárias e associadas (variável internacionalização), a média é de 4,69, tendo como mínimo um país e como máximo catorze países.

A análise às correlações das variáveis do atributo dimensão com as variáveis dependentes (índices e subíndices) permite aferir da intensidade da relação entre as mesmas variáveis[135].

[134] Bozzolan *et al.* (2003); Gómez Rodríguez (2003); García-Meca *et al*. (2005); García-Meca e Martínez (2005); Firer e Williams (2005); Zhang (2005); Shareef e Davey (2005); Bozzolan *et al.* (2006); Guthrie *et al.* (2006); Oliveira *et al*. (2006); Cordazzo (2007); Li *et al*. (2007, 2008); White *et al.* (2007); Schneider e Samkin (2008); Gerpott *et al.* (2008); Striukova *et al.* (2008); Ferreira (2008); Gan *et al*. (2008); Singh e Van der Zahn (2009); Brüggen *et al.* (2009); Yau *et al*. (2009); Cormier *et al*. (2009); White *et al*. (2010); Abeysekera (2010); Costa (2010); Hidalgo *et al*. (2011); Branco *et al.* (2011) e, Branswijck e Everaert (2012).

[135] O coeficiente de *Spearman* é particularmente adequado para distribuições assimétricas ou com *outliers*, não exigindo que os dados provenham de duas populações normais.

Tabela 2.17 - Coeficientes de correlação de *Spearman* das variáveis dimensão

	DIV_T	DIV_{T1} Gerados	DIV_{T2} Adquiridos	DIV_{T3} Outras Inf.	DIV_A	DIV_{A1} Gerados	DIV_{A2} Adquiridos	DIV_{A3} Outras Inf.
ATV	0,543 0,000	0,439 0,000	0,475 0,000	0,282 0,000	0,367 0,000	0,368 0,006	0,347 0,000	0,247 0,025
COL	0,555 0,000	0,427 0,000	0,543 0,000	0,185 0,022	0,357 0,000	0,414 0,002	0,368 0,000	0,213 0,054
ACS	0,453 0,000	0,274 0,001	0,465 0,000	0,201 0,013	0,404 0,000	0,365 0,007	0,427 0,000	0,134 0,230
INTE	0,623 0,000	0,511 0,000	0,571 0,000	0,141 0,082	0,367 0,000	0,320 0,018	0,348 0,000	0,110 0,325
	N = 153	N = 153	N = 153	N = 153	N = 153	N = 54	N = 152	N = 82

Dos resultados apresentados na tabela anterior podemos constatar que, para um nível de significância menor que 0,01, todas as variáveis independentes se apresentam estatisticamente significativas para provar a associação com os índices de divulgação (DIV_T e DIV_A) e com os subíndices de *itens* gerados internamente (DIV_{T1} e DIV_{A1}) e adquiridos (DIV_{T2} e DIV_{A2}). No que respeita ao índice de divulgação total DIV_T, todas as variáveis apresentam uma associação linear moderada com o índice, tendo com o índice de divulgação dos *itens* aplicáveis DIV_A uma associação linear baixa.

Todas as variáveis do atributo dimensão se apresentam altamente correlacionadas entre si, conforme é visível nos resultados apresentados na matriz de correlações da tabela A.1 do apêndice V. Com base nesses resultados, procederemos à criação de uma nova variável não observável (fator) subjacente ao grupo de variáveis, que, desta forma, expressa o que existe de comum nas variáveis originais (Pestana e Gageiro, 2008). Assim, criaremos uma nova variável "dimensão" constituída pelas pontuações dos seus componentes. Tal como Cooke (1992), consideramos não haver nenhuma razão teórica para preferir uma variável de tamanho em relação a outra, pois cada uma das variáveis contém um aspeto de interesse e possibilidade única de tamanho, utilizando a AF para despistar a multicolinearidade entre as variáveis e encontrar uma estrutura interna do conjunto das variáveis.

Tabela 2.18 - Estatística da AF para a variável dimensão

		Comunalidades	*Loadings*			
ATV	Logaritmo do ativo líquido da entidade	0,795	0,892	*Eigenvalues* = 3,249 Variância explicada = 81,230%	*KMO*	0,817
COL	Logaritmo do número de colaboradores	0,873	0,934		*Bartlett*	χ^2 = 480,35 Df = 6 p=0,000
ACS	Logaritmo do número de ações que compõem o capital social da entidade	0,756	0,869			
INTE	Nº de países onde se localizam as subsidiárias e associadas do banco	0,825	0,908			

Pela AF o valor *KMO* é de 0,817 com resultado qui-quadrado do teste de esfericidade de *Bartlett* de 480,35. A significância deste teste é de 0,000 ($p<0,01$), o que significa que, rejeitando-se a hipótese nula ($p<\alpha$), prova-se que a correlação é forte, pelo que, o *KMO* e o teste de *Bartlett* permitem aferir a qualidade das correlações entre as variáveis de forma a prosseguir com a AF. Todas as variáveis apresentam uma forte relação com os fatores retidos ou comuns (valores das comunalidades). Os fatores retidos explicam 79,5% da variância da variável ATV (variância comum), 87,3% da variância da variável COL, 75,6% da variância da variável ACS e 82,5% da variância da variável INTE. A variância específica é de 20,5% da variável ATV, 12,7% da variável COL, 24,4% da variável ACS e 17,5% da variável INTE. A utilização do fator dimensão explica 81,23% da variância total. Do exposto verificamos que a AF proporciona uma boa medida de dimensão das instituições, criando-se uma nova variável "dimensão" constituída pelas pontuações de cada componente.

Tabela 2.19 - Coeficiente de correlação de *Spearman* para a variável dimensão

	DIV_T	DIV_{T1} Gerados	DIV_{T2} Adquiridos	DIV_{T3} Outras Inf.	DIV_A	DIV_{A1} Gerados	DIV_{A2} Adquiridos	DIV_{A3} Outras Inf.
Dimensão	**0,595** **0,000**	**0,446** **0,000**	**0,545** **0,000**	**0,229** **0,004**	**0,361** **0,000**	**0,389** **0,004**	**0,374** **0,000**	0,166 0,175
	N = 153	N = 153	N = 153	N = 153	N = 153	N = 54	N = 152	N = 82

A correlação da variável dimensão com os índices de divulgação apresenta na tabela anterior, revela que a mesma apresenta uma associação linear moderada e estatisticamente significativa com o índice DIV_T (0,595, com p=0,000) e uma associação linear baixa e estatisticamente significativa com o índice DIV_A. No que respeita aos subíndices de intangíveis gerados internamente, a variável dimensão apresenta também uma associação linear moderada e estatisticamente significativa com o subíndice DIV_{T1} e baixa com o subíndice DIV_{A1}, o mesmo ocorrendo com os subíndices de intangíveis adquiridos (DIV_{T2} e DIV_{A2}). Quanto aos subíndices de divulgação de outras informações de intangíveis, apenas o aplicado aos *itens* totais (DIV_{T3}) se apresenta com associação linear estatisticamente significativa, embora baixa, com a variável dimensão.

Rendibilidade

Não são consensuais os resultados de associação desta variável com a divulgação de intangíveis. Embora alguns estudos tenham confirmado uma associação positiva[136], outros não

[136] García-Meca e Martínez (2005); Cerbioni e Parbonetti (2007); García-Meca e Martínez (2007) e Costa (2010).

comprovaram qualquer associação nas suas pesquisas[137]. Outros ainda encontraram uma associação negativa entre a rendibilidade e a divulgação de intangíveis[138].

Aljifri e Hussainey (2007) ao explorar os fatores que afetam a extensão da divulgação voltada para o futuro (informação prospetiva) constataram uma relação negativa entre divulgação prospetiva e rendibilidade, ou seja, serão as empresas menos rentáveis que divulgam mais informação voltada para o futuro. O estudo de García-Meca e Martínez (2005) encontrou uma associação positiva entre a rendibilidade e a qualidade de informação divulgada sobre o capital intelectual (informação precisa, pró-ativa e transparente). García-Meca e Martínez (2007) encontraram na maior rendibilidade um fator explicativo da divulgação de informação do capital intelectual por analistas financeiros.

Formulamos a segunda hipótese de investigação associando a rendibilidade da entidade bancária à divulgação de informação de intangíveis e, pela diversidade dos resultados dos estudos sobre esta temática, não partiremos de uma premissa de orientação do sentido da variação.

H2: *O índice de divulgação dos intangíveis varia com a rendibilidade do grupo bancário.*

Baseamo-nos na Instrução n.º 16/2004 do BdP para definir as medidas de rendibilidade adotadas como variáveis independentes. Segundo esta Instrução, o cálculo do indicador ROA deriva do resultado antes de impostos e interesses minoritários sobre o total do ativo, sendo o ROE o valor do resultado antes de impostos e de interesses minoritários sobre o capital próprio. A Rendibilidade do Produto Bancário (RPB) é resultado da fração do produto bancário sobre o total do ativo[139].

Tabela 2.20 - Estatísticas descritivas das variáveis do atributo rendibilidade

		N	Média	DP	Mínimo	Máximo	Média (Sem *outliers*)	N
ROA	RAI.IM / Total ativo x 100	153	0,8705	0,8535	-5,361	2,944	0,8805	147
ROE	RAI.IM / Capital próprio x 100	153	11,2608	10,1195	-74,399	31,804	11,8243	152
RPB	Produto bancário / Total ativo x 100	153	3,1123	1,3953	0,311	6,860	2,9974	148

As variáveis rendibilidade apresentam grande dispersão de dados, pelo que, a existência de *outliers* fez com que calculássemos os valores excluídos dessas observações aberrantes. A

[137] Williams (2001); Gómez Rodríguez (2003); García-Meca *et al.* (2005); Bozzolan *et al.* (2006); Oliveira *et al.* (2006); Li *et al*. (2008); Ferreira (2008); Gan *et al*. (2008); Yau *et al.* (2009); Cormier *et al*. (2009) e Hidalgo *et al.* (2011).
[138] Firer e Williams (2005) e Orens *et al*. (2009).
[139] O produto bancário = margem financeira + rendimento de títulos + comissões líquidas + resultados de operações financeiras + resultados em empresas associadas e filiais + outros resultados de exploração.

variável ROA apresenta uma média de 0,8705[140]. A variável ROE apresenta uma média de 11,2608[141] e a variável RPB apresenta uma média de 3,1123[142]. Os valores de DP são acentuadamente elevados nestas rácios, essencialmente os referentes à variável ROE. Estes dados espelham a grande dispersão de valores de rendibilidade entre as entidades bancárias o que, tendo a variável ROE o maior DP poderá significar que, essencialmente em termos de valores de capitais próprios das entidades (valor a considerar no denominador do indicador ROE), esses valores apresentam-se muito díspares entre as instituições bancárias em Portugal.

Tabela 2.21 – Coeficientes de correlação de *Spearman* das variáveis do atributo rendibilidade

	DIV_T	DIV_{T1} Gerados	DIV_{T2} Adquiridos	DIV_{T3} Outras Inf.	DIV_A	DIV_{A1} Gerados	DIV_{A2} Adquiridos	DIV_{A3} Outras Inf.
ROA	0,152 0,061	0,120 0,141	0,194 0,016	-0,017 0,835	0,161 0,047	0,453 0,001	0,205 0,011	-0,147 0,189
ROE	0,330 0,000	0,323 0,000	0,292 0,000	0,119 0,144	0,268 0,001	0,405 0,002	0,249 0,002	0,055 0,624
RPB	0,033 0,685	0,004 0,957	0,121 0,136	-0,171 0,035	-0,036 0,657	0,102 0,463	0,041 0,619	-0,229 0,039
	N = 153	N = 153	N = 153	N = 153	N = 153	N = 54	N = 152	N = 82

O coeficiente de correlação de *Spearman* permite verificar a associação linear entre as variáveis independentes e as variáveis dependentes[143]. No que respeita às variáveis independentes que medem a rendibilidade bancária, verificamos, genericamente, uma associação linear muito baixa e baixa entre as variáveis ROA e ROE e os índices DIV_T e DIV_A e com os subíndices DIV_{T1} e DIV_{T2}. De destacar que o subíndice DIV_{A1} se apresenta com uma associação linear moderada com as variáveis ROA e ROE, o que parece indicar que os grupos bancários com maior rendibilidade divulgarão mais sobre os seus intangíveis gerados internamente, podendo significar que as entidades que têm intangíveis gerados internamente são os que apresentam maior rendibilidade.

Conforme é visível na tabela de correlações, em praticamente nenhum dos índices é verificada significância na associação da variável RPB.

A tabela A.1 constante do apêndice V mostra a associação entre as variáveis que medem a rendibilidade. Dado que essa associação se mostra estatisticamente significativa e com correlações moderadas, as mesmas foram sujeitas ao processo de redução de variáveis. Ao introduzir as três variáveis resultou num só fator, no entanto, a variável RPB apresenta-se com

[140] A existência de seis *outliers* faz com que essa média suba para 0,8805 (as observações aberrantes existentes abaixo da última observação considerada são significativamente mais acentuadas que os *outliers* acima).
[141] A existência de apenas uma observação aberrante não provoca grande variabilidade na média.
[142] Esta variável apresenta a média de 2,9974 com a exclusão de cinco *outliers* (o que não representa grande variabilidade em relação à média total).
[143] Este coeficiente não é sensível à presença de *outliers*, pelo que, os mesmos não serão analisados nesta ótica.

uma comunalidade de 0,323, bastante inferior às comunalidades das restantes variáveis (ROA e ROE), que apresentam valores de comunalidades de 0,901 e 0,743, respetivamente. Com as três variáveis no fator, o seu poder explicativo na variância é de 65,598%. Assim, dado que as comunalidades representam as proporções de cada variável explicada pelos fatores comuns, e como valores inferiores a 0,6 explicam muito pouco e podendo afetar as restantes variáveis, optamos por retirar a variável RPB na determinação de uma variável comum de rendibilidade.

Tabela 2.22 - Estatística de AF da variável rendibilidade

		Comunalidades	*Loadings*			
ROA	RAI.IM / Total ativo x 100	0,891	0,944	*Eigenvalues* = 1,781 Variância explicada = 89,069%	*KMO*	0,500
ROE	RAI.IM / Capital próprio x 100	0,891	0,944		*Bartlett*	χ^2 = 141,921 Df = 1 p=0,000

Na tabela anterior podemos observar valores elevados para as variáveis consideradas, o que reflete uma relação muito forte com o fator retido. Com a exclusão da variável RPB do teste estatístico de AF, as comunalidades das variáveis ROA e ROE passam a ser de 0,891 e o poder explicativo do modelo de 89,069%, o que significa que, com estas duas variáveis, aumenta a capacidade de o fator explicar a variância. Embora o valor obtido de *KMO* seja de 0,500, o que significa uma má adequação da AF, o valor de esferacidade de *Bartlett* apresenta-se estatisticamente significativo, o que indica existir correlação significativa entre as variáveis, pelo que se considera suficiente para prosseguir com a AF.

Tabela 2.23 – Coeficiente de correlação de *Spearman* para a variável rendibilidade

	DIV_T	DIV_{T1} Gerados	DIV_{T2} Adquiridos	DIV_{T3} Outras Inf.	DIV_A	DIV_{A1} Gerados	DIV_{A2} Adquiridos	DIV_{A3} Outras Inf.
Rendibilidade	**0,232** **0,004**	**0,205** **0,011**	**0,248** **0,002**	0,042 0,608	**0,224** **0,005**	**0,434** **0,001**	**0,243** **0,003**	-0,052 0,642
	N = 153	N = 153	N = 153	N = 153	N = 153	N = 54	N = 152	N = 82

A associação linear existente entre a variável rendibilidade e os índices de divulgação (DIV_T e DIV_A) apresenta-se estatisticamente significativa, embora baixa, o mesmo acontecendo aos subíndices DIV_{T1}, DIV_{T2} e DIV_{A2}. Apenas o subíndice DIV_{A1} se apresenta com uma associação linear moderada, o que comprova o anteriormente referido de que serão os bancos com maior rendibilidade que apresentarão uma maior divulgação dos intangíveis gerados internamente, pelo facto de estes lhes serem *itens* aplicáveis.

Tabela 2.24 - Teste *K-W* para alteração da rendibilidade

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	*K-W*
Rendibilidade	71,56	71,56	74,18	74,00	89,06	98,24	98,53	52,24	63,65	χ^2 = 16,690 df = 8 p=0,03

N = 17
Total = 153

Uma análise ao longo do período considerado foi efetuada sobre a variável rendibilidade, tendo o teste *K-W* confirmado a existência de diferenças na variável. Assim, verificamos um aumento de rendibilidade nos anos 2005 a 2007 em relação aos anos 2001 a 2004 e uma quebra significativa nos anos 2008 e 2009. Este resultado surge como consequência do agravamento da crise dos mercados financeiros, essencialmente ao longo de 2008, traduzida no nível da margem financeira, na desvalorização dos ativos, nomeadamente no aumento da imparidade de crédito e, transportada também na contração dos mercados monetários e de crédito, o que se reflete na diminuição drástica dos resultados apresentados pelos bancos[144].

Eficiência operativa

Esperamos que uma rácio elevada de *cost-to-income* tenha um impacto negativo na divulgação de informação de intangíveis, porque se espera que os bancos mais eficientes (os que operam a custos mais baixos) divulguem significativamente mais, ou seja, os bancos com menores rácios *cost-to-income* e rácio de gastos com o pessoal, divulgarão mais informação de intangíveis nas suas DFC.

H3: *Os grupos bancários que operam em Portugal e que apresentam uma melhor rácio de eficiência operativa apresentam uma maior divulgação de intangíveis nas suas DFC.*

Tabela 2.25 - Estatísticas descritivas das variáveis de atributo eficiência operativa

		N	Média	DP	Mínimo	Máximo	Média (Sem *outliers*)	N
CTI	Gastos de estrutura / produto bancário x 100	153	59,6798	18,4590	16,15	122,18	58,2563	149
GCP	Gastos com o pessoal / produto bancário x 100	153	31,4112	10,0291	3,52	73,20	30,9350	145

A média de *cost-to-income* encontrada é de 59,6798[145]. No que respeita à variável que mede a proporção dos gastos com o pessoal no produto bancário, a mesma apresenta uma média de

[144] Conforme é referido no relatório anual de 2008 do BPI (um dos bancos com maior queda nos indicadores de rendibilidade nos anos 2008 e 2009, para além do BCP, do BES e da CGD), o banco sacrifica a sua rendibilidade como solução para a execução de uma disciplina de um programa de resposta aos desafios imediatos da crise, estruturado nas prioridades de reforço do capital, da garantia de níveis de liquidez confortáveis, na redução e controlo dos riscos e no fortalecimento da relação com os clientes.
[145] Passando a ser 58,2563 se forem excluídos os quatro *outliers* existentes acima da última observação.

31,4112[146]. As duas rácios de eficiência operativa apresentam, nos nove anos analisados, um elevado DP, o qual é confirmado pela grande dispersão dos dados verificada entre os valores mínimo e máximo. Tal significa que entre as contas consolidadas dos diferentes bancos existem eficiências operativas muito díspares.

Tabela 2.26 – Coeficientes de correlação de *Spearman* das variáveis eficiência

	DIV_T	DIV_{T1} Gerados	DIV_{T2} Adquiridos	DIV_{T3} Outras Inf.	DIV_A	DIV_{A1} Gerados	DIV_{A2} Adquiridos	DIV_{A3} Outras Inf.
CTI	-0,271 0,001	-0,302 0,000	-0,083 0,311	-0,300 0,000	-0,197 0,014	-0,119 0,393	-0,138 0,091	-0,206 0,063
GCP	-0,171 0,035	-0,296 0,000	0,107 0,187	-0,132 0,104	0,034 0,677	0,196 0,156	0,106 0,196	-0,114 0,309
	N = 153	N = 153	N = 153	N = 153	N = 153	N = 54	N = 152	N = 82

De salientar que a medida de eficiência *cost-to-income* representa a fração dos gastos de estrutura sobre o produto bancário, pelo que, quanto mais baixa esta rácio for, maior eficiência representa, facto que se traduz numa interpretação de uma maior eficiência com menor valor apresentado de rácio. A associação linear é estatisticamente significativa para os índices DIV_T e DIV_A, apresentando-se baixa e muito baixa, respetivamente, tendo uma associação negativa, o que significa que quanto menor a rácio (mais eficiência) maior o índice de divulgação. É o mesmo que dizer que os índices de divulgação (DIV_T e DIV_A) aumentam nos bancos mais eficientes. Quanto aos subíndices de divulgação dos intangíveis gerados internamente, a associação linear é estatisticamente significativa apenas com o subíndice DIV_{T1}. Nos subíndices de intangíveis adquiridos a associação linear é estatisticamente significativa para os intangíveis aplicáveis (DIV_{A2}). Os subíndices de divulgação de outras informações apresentam-se com associação linear baixa e estatisticamente significativa. A variável GCP apenas apresenta uma associação linear estatisticamente significativa com o índice de divulgação DIV_T (com associação muito baixa) e com o subíndice DIV_{T1} (associação baixa).

Conforme verificado na tabela A.1 (apêndice V) as variáveis CTI e GCP apresentam uma forte correlação entre si, o que nos leva à redução de variáveis pela AF, tendo obtido como resultado da junção das duas variáveis em apenas um fator.

[146] E de 30,9350 com a exclusão dos oito *outliers.*

Tabela 2.27 - Estatística de AF da variável eficiência operativa

		Comunalidades	*Loadings*			
CTI	Gastos de estrutura / produto bancário x 100	0,915	0,957	*Eigenvalues* = 1,831	*KMO*	0,500
GCP	Gastos com o pessoal / produto bancário x 100	0,915	0,957	Variância explicada = 91,546%	*Bartlett*	χ^2 = 176,463 Df = 1 p=0,000

Embora o valor *KMO* se apresente baixo para prosseguir com AF, o valor prova do teste de *Bartlett* permite a rejeição da hipótese de ausência de correlação entre as variáveis, o que nos permite continuar com AF, pelo que, foi criada uma nova variável "eficiência operativa", resultado deste procedimento de redução de variáveis. A variável eficiência operativa explica 91,546% da variância total, ou seja, apenas fica por explicar cerca de 8,454% da variância das duas variáveis.

Tabela 2.28 – Coeficiente de correlação de *Spearman* com a variável eficiência operativa

	DIV_T	DIV_{T1} Gerados	DIV_{T2} Adquiridos	DIV_{T3} Outras Inf.	DIV_A	DIV_{A1} Gerados	DIV_{A2} Adquiridos	DIV_{A3} Outras Inf.
Eficiência operativa	**-0,236 0,003**	**-0,321 0,000**	0,013 0,870	**-0,227 0,005**	-0,084 0,303	0,050 0,719	-0,016 0,849	-0,168 0,132
	N = 153	N = 153	N = 153	N = 153	N = 153	N = 54	N = 152	N = 82

As correlações entre a variável eficiência operativa e os índices de divulgação provam a existência de associações lineares baixas da variável com o índice de divulgação DIV_T e os subíndices DIV_{T1} e DIV_{T3}. Estes resultados parecem demonstrar que os bancos mais eficientes divulgam mais acerca da informação de intangíveis em geral (não considerando apenas os *itens* aplicáveis) e acerca de informação de intangíveis gerados internamente e outras informações de intangíveis.

Tabela 2.29 - Teste *K-W* para alteração da eficiência

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009	*K-W*
Eficiência operativa	93,15	86,85	86,82	81,24	70,12	66,71	66,76	75,35	66,00	χ^2 = 7,394 df = 8

N = 17
Total = 153

Uma análise comparativa da eficiência operativa dos grupos bancários nos nove anos considerados não nos permite concluir acerca de diferenças significativas. É visível, no entanto,

uma ligeira queda no valor de parâmetro de localização apresentado em cada um dos anos (exceto em 2008), o que significa uma melhoria na eficiência operativa dos bancos[147].

Diversidade de intangíveis

A variável diversidade de intangíveis representa o número de classes em que cada sociedade regista os seus intangíveis. A IAS 38 no seu parágrafo 118 requer que se divulguem os intangíveis por classes, definindo no seu parágrafo 119, uma classe de intangíveis como sendo um agrupamento de ativos de natureza e uso semelhantes nas operações de uma entidade. Para explorar a divulgação de intangíveis nos bancos analisados, consideramos que, uma maior diversidade de intangíveis pode levar a uma maior divulgação, pois, um maior número de classes de intangíveis poderá incentivar a proporcionar uma maior e mais diversificada informação acerca dos mesmos.

Ollier (2006) considerou esta variável no estudo do impacto da adoção em França das normas internacionais relativas aos intangíveis, não tendo encontrado grande relevância na sua alteração entre os dois períodos analisados: antes e após a adoção do normativo. Tal como Ollier (2006) procederemos a uma análise comparativa da média de classes de intangíveis reconhecidas nas contas consolidadas dos grupos bancários antes e após 2005 para verificarmos acerca da alteração dessa média, fruto do impedimento normativo no reconhecimento de alguns intangíveis.

Com base na teoria dos *stakeholders* e da legitimidade, consideramos que a existência de uma diversidade de intangíveis reconhecidos nas DFC propicia uma maior divulgação, fruto de uma necessidade acrescida de responder às exigências das partes interessadas.

H4: *A diversidade de classes de intangíveis está associada positivamente à sua divulgação, podendo inferir-se que os grupos bancários com uma maior diversidade de classes de intangíveis divulgarão mais acerca desses intangíveis.*

No âmbito desta análise consideramos relevante efetuar uma comparação do número de classes reconhecidas antes e após 2005, dado que, o PCSB, sendo a base para o registo das operações contabilísticas das sociedades antes da entrada em vigor da norma internacional, contemplava o registo de um maior número de classes de intangíveis do que a permitida pelo normativo internacional. A introdução da IAS 38 veio restringir a consideração do reconhecimento como ativo intangível de muitos elementos anteriormente permitidos, pelo que, naturalmente o número de classes reduziu notavelmente.

[147] Uma menor rácio de eficiência operativa significa um aumento dessa mesma eficiência, pelo facto de, nesta rácio, estar representada a proporção que os gastos representam no produto bancário, sendo a rácio *cost-to-income* = gastos de estrutura / produto bancário e a rácio GCP = gastos com o pessoal / produto bancário.

A estatística descritiva e teste *M-W* para a variável diversidade, apresentada na tabela abaixo, demonstra essa mudança.

Tabela 2.30 - Estatísticas descritivas e teste *M-W* para variável diversidade

			Ordenação média	*M-W* U	Z
Diversidade	2001-2004	N=68	107,00	850,000	-7,662 p=0,000
	2005-2009	N=85	53,00		

	Média		DP	Mín	Máx
2001-2004	5,01	3,89	1,676	0	8
2005-2009	2,99				

A variável diversidade de intangíveis, representada pelo número de classes que são reconhecidas no Balanço, apresenta uma média, no período de nove anos, próxima de quatro classes. No entanto, verifica-se claramente a restrição normativa no reconhecimento de intangíveis, dada a significativa diminuição no número de classes reconhecidas a partir da adoção da IAS 38, passando de uma média de cinco classes antes de 2005 para uma média inferior a três classes a partir de 2005. Através do teste não paramétrico *M-W* procedemos à comparação das classes nos dois momentos, tendo-se revelado prova significativa de que o número de classes de intangíveis diminuiu após aplicação da IAS 38, dadas as suas restrições no reconhecimento como ativo de investimentos em intangíveis. Esta constatação parece revelar que, no que respeita ao reconhecimento dos ativos intangíveis, os bancos na elaboração das suas contas consolidadas seguiam o recomendado pelo BdP, ou seja, a consideração de ativos intangíveis em elementos que, segundo a IAS 38, não o são.

Tabela 2.31 - Teste *K-W* para alteração da diversidade de intangíveis

	2001	2002	2003	2004	2005	2006	2007	2008	2009
Diversidade	106,35	111,65	109,59	100,41	59,09	55,79	51,82	49,53	48,76

K-W
χ^2 = 60,050
df = 8
p=0,000

N = 17
Total = 153

Uma análise através da comparação dos nove anos em estudo permite confirmar estatisticamente esta diferença pela acentuada queda nos parâmetros de localização apresentados pelo teste *K-W*.

Tabela 2.32 – Coeficiente de correlação *Spearman* da variável diversidade

	DIV_T	DIV_{T1} Gerados	DIV_{T2} Adquiridos	DIV_{T3} Outras Inf.
Diversidade	0,072 0,378	**0,202** **0,012**	0,085 0,298	**-0,389** **0,000**
	N = 153	N = 153	N = 153	N = 153

DIV_A	DIV_{A1} Gerados	DIV_{A2} Adquiridos	DIV_{A3} Outras Inf.
-0,032 0,398	0,191 0,166	0,023 0,777	0,069 0,539
N = 153	N = 54	N = 152	N = 82

A variável diversidade apenas se apresenta com associação positiva e estatisticamente significativa para o subíndice DIV_{T1}, ou seja, parece existir uma associação linear entre o número de classes de que banco expõe e a divulgação dos intangíveis gerados internamente. Embora essa associação se apresente baixa, uma maior divulgação dos intangíveis gerados internamente está associada a um maior número de classes de intangíveis. Tal verificação faz todo o sentido na medida em que os intangíveis gerados internamente requerem, por si só, pelo menos mais uma classe onde sejam reconhecidos. Em relação ao subíndice de divulgação de outras informações de intangíveis (DIV_{T3}), existe uma associação linear negativa com a diversidade de classes, o que demonstra que as sociedades com menos classes de intangíveis serão as que divulgarão mais informações do indicador 27 – descrição de ativos intangíveis não reconhecidos por não satisfazerem os critérios de reconhecimento (único *item* divulgado no âmbito de outras informações de intangíveis). Este resultado mostra claramente que quando a norma não permite o reconhecimento como ativo, o número de classes de intangíveis consideradas nas DFC é inferior, divulgando o banco esse impedimento de divulgação.

Intensidade do investimento em intangíveis

No presente estudo procuramos analisar se a intensidade de investimento em intangíveis é uma variável determinante da divulgação de informação desses mesmos intangíveis. Procuramos, tal como Gandía (2003), Whiting e Miller (2008) e Ollier *et al.* (2010), justificar a divulgação de intangíveis pela maior intensidade no seu investimento. E, tal como Boesso e Kumar (2007), consideramos que a diversidade e a intensidade de intangíveis fortalecem parcerias com os diversos grupos de *stakeholders* através de uma maior transparência acerca do desempenho e da presença de ativos intangíveis. Para tal, formulamos a quinta hipótese de investigação como se apresenta abaixo.

H5: *Uma maior intensidade de intangíveis, representada pela proporção de ativos intangíveis no ativo total, influencia positivamente a divulgação acerca de intangíveis nas DFC dos grupos bancários em Portugal.*

Tal como efetuado para a variável diversidade, e dadas as alterações de reconhecimento de intangíveis nas DFC das entidades, fruto da alteração do normativo contabilístico em 2005, consideramos conveniente uma análise que espelhe os valores antes e após a aplicação da referida IAS 38. A tabela abaixo apresenta estatísticas descritivas que auxiliam essa interpretação.

Tabela 2.33 - Estatísticas descritivas da variável intensidade

			Média %	DP	Mín.	Max.	Média %	DP	Mín.	Máx.
Intensidade	2001-2004	N=68	0,1809	0,2364	0,002	1,566	0,2090	0,3774	0	2,792
	2005-2009	N=85	0,2411	0,4644	0	2,792				

		(Sem *outliers*)	Média %	DP	Mín.	Máx.	Média %	DP	Mín.	Máx.
Intensidade	2001-2004	N=66	0,14906	0,1385	,002	0,473	0,1380	0,1373	0	0,672
	2005-2009	N=77	0,11286	0,1365	0	0,672				

Pela tabela apresentada verificam-se resultados que revelam que a média de investimento em intangíveis no total do ativo é, nos nove anos analisados, de 0,2090%, sendo a média desse investimento antes de 2005 de 0,1809% e a partir de 2005 de 0,2411%[148]. Conclui-se, deste modo, que é praticamente insignificante o investimento em intangíveis relativamente ao valor do ativo das instituições bancárias. Há, contudo, um aumento do investimento em ativos intangíveis a partir de 2005. Este resultado pode derivar da diferença no reconhecimento do *goodwill* antes e após 2005, ou seja, os bancos que possuíam *goodwill* resultante de concentrações de atividades empresariais, referiam explicitamente nas suas DF que, embora o método da capitalização fosse o único critério considerado no reconhecimento do *goodwill* pelo normativo internacional, o seu reconhecimento em capitais próprios era, até 2005, o tratamento que estavam a seguir, dada a permissão pela regulamentação do BdP.

Constata-se que a generalidade dos grupos bancários tem um baixo investimento em intangíveis, havendo, no entanto, bancos que apresentam um investimento acentuadamente superior nestes ativos em relação aos outros bancos[149].

Através do coeficiente de correlação apresentado na tabela 2.34, poderemos verificar a associação linear da variável intensidade de intangíveis com cada um dos índices e subíndices de divulgação.

[148] Os resultados apresentados mostram que as observações aberrantes que se encontram muito afastadas das restantes observações são essencialmente em anos a partir de 2005, o que faz com que a média a partir desse ano baixe significativamente com a exclusão dessas observações.

[149] O banco Itaú Europa apresenta nos anos 2007, 2008 e 2009 os maiores valores de investimento em ativos intangíveis, seguido do BCP e da CGD (ambos a partir de 2005).

Tabela 2.34 – Coeficiente de correlações de *Spearman* da variável intensidade

	DIV_T	DIV_{T1} Gerados	DIV_{T2} Adquiridos	DIV_{T3} Outras Inf.	DIV_A	DIV_{A1} Gerados	DIV_{A2} Adquiridos	DIV_{A3} Outras Inf.
Intensidade	**0,349** **0,000**	**0,282** **0,000**	**0,412** **0,000**	-0,092 0,258	**0,135** **0,097**	**0,353** **0,009**	**0,266** **0,001**	**-0,169** **0,088**
	N = 153	N = 153	N = 153	N = 153	N = 153	N = 54	N = 152	N = 82

Existe uma associação linear baixa entre a intensidade de intangíveis e o índice de divulgação DIV_T e os subíndices DIV_{T1}, DIV_{A1} e DIV_{A2}. A associação linear é muito baixa com o índice DIV_A, apresentando-se moderada com o subíndice DIV_{T2}. A correlação estatisticamente significativa com todos os índices (exceto aquele que respeita a outras informações de intangíveis) parece apontar para a ideia de que a intensidade de investimento em intangíveis faz com que se acresça divulgar sobre os mesmos.

Dimensão do conselho de administração

Em estudos sobre divulgação de intangíveis a dimensão do conselho de administração nem sempre apresentou resultados consensuais. Cerbioni e Parbonetti (2007) confirmaram uma associação negativa entre a dimensão do conselho de administração e a quantidade e qualidade de divulgação de informação voluntária do capital intelectual. Consideraram que um maior número de administradores no conselho de administração provoca problemas de coordenação e controlo, resultando em problemas de agência. See e Rashid (2011) analisaram a influência da dimensão do conselho de administração na não divulgação do capital intelectual nos prospetos IPO, encontrando uma relação entre o maior número de administradores no conselho de administração a uma maior "não divulgação" de informação sobre o capital intelectual, confirmando, assim, uma influência negativa da dimensão do conselho de administração na divulgação. Contrariamente, Abeysekera (2010) obteve associação positiva entre a dimensão do conselho de administração e a divulgação do capital intelectual, definindo para essa medida uma variável binária que considera "dimensão entre 5 e 14 membros" e "outros". Concluiu que as organizações com um número de administradores no conselho de administração entre cinco e catorze membros apresentam uma maior divulgação acerca do seu capital intelectual. Também Hidalgo *et al.* (2011) encontraram uma associação positiva na divulgação de intangíveis com um conselho de administração até quinze membros e uma associação negativa a partir desse tamanho. Consideram estes autores que um maior número de membros no conselho de administração pode aumentar a experiência e o conhecimento, mas quando esse número ultrapassa um determinado limiar pode conduzir ao aumento dos custos de comunicação e à tomada de decisões menos eficientes. Gan *et al*. (2008) e Cormier *et al.* (2009) não confirmaram associação entre a dimensão do conselho de administração e a divulgação que essas entidades prestam sobre os seus intangíveis.

Embora não haja consenso na literatura sobre a dimensão adequada para o conselho de administração (Abeysekera, 2010), consideramos igualmente que um maior número de administradores acrescenta uma diversidade de perspetivas, critérios e soluções que poderá ajudar a alcançar metas e objetivos desejáveis. Assim, tal como Laux e Laux (2009), partimos da ideia de que um qualquer conselho de administração está interessado no valor a longo prazo da organização. Consequentemente, quanto maior o número de membros do conselho de administração, maior será o rigor e a transparência na divulgação de informação.

À luz da teoria de agência utilizamos esta variável, que representa mecanismos de governo da sociedade, como forma a reduzir os conflitos de agência.

Formulamos, assim, uma hipótese de investigação que associa o número de membros no conselho de administração à divulgação de informação sobre intangíveis nas DF das entidades bancárias:

H6: *A divulgação de intangíveis nas DFC dos grupos bancários em Portugal é maior quanto maior for o número de administradores no conselho de administração.*

A análise às correlações da variável "dimensão do conselho de administração (DCON)", medida pelo logaritmo do número de administradores no conselho de administração é apresentada na tabela seguinte.

Tabela 2.35 - Coeficiente de correlação de *Spearman* da variável dimensão do conselho de administração

	DIV_T	DIV_{T1} Gerados	DIV_{T2} Adquiridos	DIV_{T3} Outras Inf.	DIV_A	DIV_{A1} Gerados	DIV_{A2} Adquiridos	DIV_{A3} Outras Inf.
Dimensão do conselho de administração	**0,501** **0,000**	**0,397** **0,000**	**0,536** **0,000**	0,023 0,776	**0,429** **0,000**	**0,658** **0,000**	**0,460** **0,000**	0,180 0,105
	N = 153	N = 153	N = 153	N = 153	N = 153	N = 54	N = 152	N = 82

Os resultados revelam uma associação linear moderada e positiva com os índices e subíndices de divulgação (com exceção da divulgação de outras informações de intangíveis). A variável DCON explica cerca de 25% da variação no índice de divulgação DIV_T e 18,4% da variação no índice DIV_A (coeficiente de determinação). Esta variável parece ter maior poder explicativo no subíndice dos *itens* aplicáveis referentes a intangíveis gerados internamente (DIV_{A1}), a qual explica cerca de 43,3% da variação neste índice. Estes resultados parecem permitir concluir que a variável dimensão do conselho de administração revela-se um fator que será determinante na divulgação de informação sobre os intangíveis nas DFC dos grupos bancários em Portugal, essencialmente informação de intangíveis gerados internamente.

Estrutura de propriedade

Em estudos de divulgação de intangíveis duas abordagens sobre a influência da propriedade estatal ou privada nessa divulgação obtiveram resultados opostos: Lee *et al.* (2007) encontraram uma associação positiva e estatisticamente significativa da propriedade privada com a divulgação do capital intelectual na *internet* por parte de hospitais australianos e, Yau *et al.* (2009) encontraram uma associação positiva e estatisticamente significativa da divulgação voluntária do capital intelectual nos relatórios anuais nas entidades vinculadas ao governo.

A teoria dos *stakeholders* poderá justificar uma maior propensão à divulgação por parte das organizações de controlo público, pois estas terão maior interesse e necessidade em responder ao exame de um grande número de partes interessadas, nomeadamente na procura de justificação para a sua continuidade. Também a teoria da agência poderá justificar a existência de maiores custos de agência nas sociedades de capital privado, pois nestas a atenção centra-se na maior distribuição de resultados aos seus acionistas, resultando num maior conflito de interesses que poderá reduzir a propensão à divulgação de informação. Por força da teoria institucional, as organizações públicas estarão sujeitas a maiores burocracias que visam legitimar as suas ações e divulgações. Com base nestas premissas, pretendemos analisar se o tipo de controlo (privado *vs* público) afeta o grau de divulgação dos intangíveis na banca. Para o efeito formulamos a seguinte hipótese de investigação:

H7: *A estrutura de propriedade dos grupos bancários poderá influenciar a divulgação de intangíveis nas suas DFC, sendo de prever que a detenção de capital por entidades privadas resultará numa menor divulgação dos ativos intangíveis.*

Para analisarmos a influência do controlo de propriedade, medimos esta variável através do procedimento dicotómico: 1 - "a estrutura de propriedade é privada"; 0 – "a estrutura de propriedade é pública".

Procedemos à comparação da divulgação de intangíveis pelos índices de divulgação (DIV_T e DIV_A) com a estrutura de propriedade das instituições analisadas, como primeira abordagem da diferença de divulgação existente entre as duas formas de controlo de propriedade.

Tabela 2.36 - Teste *M-W* para a variável controlo de propriedade

				DIV_T			DIV_A		
			Média	Ordenação média	*M-W* U	Z	Ordenação média	*M-W* U	Z
Estrutura de propriedade	Pública	N=18	0,12	100,97	783,500	2,456 p=0,014	101,06	782,000	-2,464 p=0,014
	Privada	N=135	0,88	73,80			73,79		

Tal como verificado pelos resultados apresentados na tabela acima, o teste *M-W* apresenta-se com um nível de significância estatística de 0,014 (p<0,05), para provar uma maior divulgação de intangíveis nas instituições públicas em relação às privadas, ou seja, as instituições bancárias cuja estrutura de propriedade é pública apresentam uma divulgação de intangíveis significativamente maior nas suas contas consolidadas.

Tabela 2.37 – Coeficiente de correlação de *Spearman* para a variável estrutura de propriedade

	DIV_T	DIV_{T1} Gerados	DIV_{T2} Adquiridos	DIV_{T3} Outras Inf.	DIV_A	DIV_{A1} Gerados	DIV_{A2} Adquiridos	DIV_{A3} Outras Inf.
Estrutura de propriedade (1 – privada; 0 - pública)	**-0,199 0,014**	**-0,167 0,039**	**-0,197 0,015**	-0,133 0,102	**-0,200 0,013**	-0,204 0,138	**-0,157 0,054**	**-0,240 0,030**
	N = 153	N = 153	N = 153	N = 153	N = 153	N = 54	N = 152	N = 82

Através do coeficiente de correlação de *Spearman* confirma-se uma associação linear negativa entre o controlo de propriedade privado e a divulgação de intangíveis. Permite concluir, portanto, que as sociedades cujo capital seja detido por privados realizam uma menor divulgação de intangíveis relativamente às entidades detidas por capitais públicos.

Sistemas de incentivos baseados em ações

Estudos de divulgação do capital intelectual analisaram a influência de SIBA (*stock options*) nessa divulgação. Singh e Van der Zahn (2007), concluíram existir uma associação significativa (embora fraca) da existência de SIBA e a divulgação do capital intelectual na análise univariada. A análise multivariada, todavia, não corroborou essa associação. Da mesma forma, Singh e Van der Zahn (2008) não confirmaram a influência de SIBA na divulgação do capital intelectual nos propetos IPO, enquanto Singh e Van der Zahn (2009) encontraram associação positiva entre essas mesmas variáveis. Cormier *et al.* (2009) mensuraram esta variável como o valor de bónus e recompensas e encontraram associação negativa com a divulgação de informação de capital social[150] e capital humano nas páginas *Web* de cento e trinta e uma organizações. Estes autores concluem, tal como Aboody e Kasznik (2000), sobre a diminuição da transparência da informação divulgada pela existência de SIBA dada a gestão oportunista do calendário das suas divulgações, atrasando os administradores a divulgação de boas notícias para o momento que consideram mais oportuno.

Segundo a teoria da agência, quando os interesses de gestores e proprietários estão alinhados, isso deverá ter um efeito positivo na divulgação de informação. Consideramos que a existência de SIBA provoca uma maior divulgação de informação para maximizar o valor das ações e, com

[150] Conceito diferente do conceito societário, referindo-se ao capital de relações com a sociedade civil e agentes sociais.

isso, os beneficiários aumentarem o valor da sua compensação. Para comprovar essas constatações, formulamos a seguinte hipótese de investigação para a banca portuguesa:

H8: *Os grupos bancários que aplicam SIBA apresentam, nas suas DFC, uma maior divulgação sobre os seus intangíveis.*

No que respeita à adoção de uma política de incentivos baseada em atribuição de ações aos colaboradores da organização, procedemos ao teste *M-W* para comparar as médias dos índices de divulgação de informação de intangíveis (DIV_T e DIV_A), pela consideração dicotómica 1 – "a instituição aplica SIBA" e 0 – "a instituição não aplica SIBA".

Tabela 2.38 - Teste *M-W* para a variável SIBA

				DIV_T			DIV_A		
			Média	Ordenação média	*M-W* U	Z	Ordenação média	*M-W* U	Z
SIBA	não	N=123	0,80	67,42	667,000	-5,440 p=0,000	68,04	743,000	-5,089 p=0,000
	sim	N=30	0,20	116,27			113,73		

A análise aos resultados anteriores permite verificar que a maioria das sociedades não aplica SIBA (cento e vinte e três observações), tendo apenas trinta das cento e cinquenta e três observações analisadas adotado este sistema de incentivos. Assim mesmo, a média de divulgação de intangíveis é superior nas sociedades que adotam este sistema de incentivo remuneratório (com um nível de significância estatística p=0,000).

Uma análise às correlações entre a variável SIBA e os índices e subíndices de divulgação de intangíveis é apresentada na tabela abaixo.

Tabela 2.39 – Coeficiente de correlação de *Spearman* da variável SIBA

	DIV_T	DIV_{T1} Gerados	DIV_{T2} Adquiridos	DIV_{T3} Outras Inf.	DIV_A	DIV_{A1} Gerados	DIV_{A2} Adquiridos	DIV_{A3} Outras Inf.
SIBA (1 – sim; 0 - não)	**0,441 0,000**	**0,427 0,000**	**0,385 0,000**	0,123 0,130	**0,413 0,000**	**0,588 0,000**	**0,398 0,000**	0,147 0,188
	N = 153	N = 153	N = 153	N = 153	N = 153	N = 54	N = 152	N = 82

A matriz de correlações revela resultados de uma associação linear estatisticamente significativa e moderada da variável SIBA com todos os índices e subíndices de divulgação, à exceção do subíndice de outras informações. Assim, será de prever que as sociedades que adotam SIBA divulguem significativamente mais acerca dos seus intangíveis.

Alteração dos normativos contabilísticos

Esta variável é introduzida no trabalho para separar os dois períodos considerados em matéria de regulamentação contabilística de intangíveis, nomeadamente na sua divulgação. A norma internacional adotada em 2005 impôs às sociedades exigências de divulgação nesta matéria, sendo este facto relevante para a comparação destes dois períodos analisados (antes da adoção da IAS 38, isto é, de 2001 a 2004 e após a sua adoção, ou seja, nos anos 2005 a 2009). Tal como Al-Akra *et al*. (2010) procuramos encontrar uma associação significativa de reformas normativas na divulgação de informação. Ao contemplar esta variável como potencialmente explicativa da divulgação de intangíveis nas DFC, baseamo-nos na teoria institucional para justificar o impacto de pressões institucionais (resultante de forças coercivas) na adoção da norma pelas instituições de crédito a partir de 2005.

H9*: A generalidade dos grupos bancários em Portugal adotou a IAS 38 nas suas contas consolidadas no ano de 2005, podendo inferir-se que a divulgação de intangíveis cresceu a partir do primeiro ano de adoção dessa norma.*

A análise da média de divulgação dos índices DIV_T e DIV_A de 2001 a 2004 e de 2005 a 2009 obriga à comparação da divulgação nesses dois momentos do tempo através do teste *M-W*.

Tabela 2.40 - Teste *M-W* para a variável alteração dos normativos contabilísticos

			DIV_T			DIV_A		
			Ordenação média	*M-W* U	Z	Ordenação média	*M-W* U	Z
Alteração dos normativos contabilísticos	2001-2004	N=68	60,29	1753,500	-4,193 p=0,000	62,75	1921,000	-3,575 p=0,000
	2005-2009	N=85	90,37			88,40		

Tal como previsto, pela análise aos resultados apresentados na tabela 2.40 é possível constatar que a adoção da norma contabilística contribuiu significativamente para o aumento da divulgação de intangíveis, apresentando o teste *M-W* resultados estatisticamente significativos, a um nível de significância de 0,01, para provar a diferença entre esses dois períodos.

Tabela 2.41 – Coeficiente de correlação de *Spearman* da variável alteração dos normativos contabilísticos

	DIV_T	DIV_{T1} Gerados	DIV_{T2} Adquiridos	DIV_{T3} Outras Inf.	DIV_A	DIV_{A1} Gerados	DIV_{A2} Adquiridos	DIV_{A3} Outras Inf.
Alteração norm. contabilísticos (1 – "2005-2009" 0 – "2001-2004"	**0,340 0,000**	0,127 0,117	**0,329 0,000**	**0,699 0,000**	**0,290 0,000**	0,168 0,225	**0,298 0,000**	-
	N = 153	N = 153	N = 153	N = 153	N = 153	N = 54	N = 152	N = 82

Também o coeficiente de correlação permite concluir da existência de associação linear entre as variáveis, sendo esta estatisticamente significativa (com um nível de significância p=0,000) para os índices de divulgação de intangíveis e os subíndices de intangíveis adquiridos. Quanto aos intangíveis gerados internamente, o resultado da não significância estatística na associação com a sua divulgação revela que, dada a limitação à sua consideração nas DFC, a adoção de um novo normativo contabilístico a partir de 2005 não conduziu a uma maior divulgação destes intangíveis. De salientar a existência de uma associação linear alta entre a adoção da norma e a divulgação de outras informações de intangíveis previstas na IAS 38 (DIV_{T3}), destacando-se, neste âmbito, a divulgação de intangíveis não reconhecidos por não satisfazerem os requisitos normativos (*item* 27 do índice), essencialmente nos primeiros anos de aplicação da norma.

Analisadas que foram as variáveis individualmente, nomeadamente nas suas estatísticas descritivas e correlações com os índices e subíndices de divulgação, os resultados obtidos destas associações aparecem sintetizados na tabela seguinte, os quais serão interpretados de modo genérico, considerando os que se apresentam com os níveis de significância estatística previamente estipulados para esta investigação. Na sua apresentação consideramos como notação da significância da correlação um asterisco (*) para uma correlação significativa a um nível de significância de 10% (α = 0,10), dois asteriscos (**) para uma significância ao nível de 5% (α = 0,05) ou três asteriscos (***) para um nível de significância de 1% (α = 0,01).

Tabela 2.42 – Resultados de correlação das variáveis independentes com os índices de divulgação

		DIV_T	DIV_{T1} Gerados internamente	DIV_{T2} Adquiridos	DIV_{T3} Outras Inf.	DIV_A	DIV_{A1} Gerados internamente	DIV_{A2} Adquiridos	DIV_{A3} Outras Inf.
H1	Dimensão	**0,595*** **	**0,446*** **	**0,545*** **	**0,229*** **	**0,361*** **	**0,389*** **	**0,374*** **	0,166
H2	Rendibilidade	**0,232*** **	**0,205** **	**0,248*** **	0,042	**0,224*** **	**0,434*** **	**0,243*** **	-0,052
H3	Eficiência operativa	**-0,236*** **	**-0,321*** **	0,013	**-0,227*** **	-0,084	0,050	-0,016	-0,168
H4	Diversidade de intangíveis	0,072	**0,202** **	0,085	**-0,389*** **	-0,032	0,191	0,023	0,069
H5	Intensidade investimento intangíveis	**0,349*** **	**0,282*** **	**0,412*** **	-0,092	**0,135***	**0,353*** **	**0,266*** **	**-0,190***
H6	Dimensão do Conselho Adm.	**0,501*** **	**0,397*** **	**0,536*** **	0,023	**0,429*** **	**0,658*** **	**0,460*** **	0,180
H7	Estrutura de propriedade	**-0,199** **	**-0,167** **	**-0,197** **	-0,133	**-0,200** **	-0,204	**-0,157***	**-0,240** **
H8	SIBA	**0,441*** **	**0,427*** **	**0,385*** **	0,123	**0,413*** **	**0,588*** **	**0,398*** **	0,147
H9	Alteração normativos contabilísticos	**0,340*** **	0,127	**0,329*** **	**0,699*** **	**0,290*** **	0,168	**0,298*** **	-

*** Correlação é significativa para o nível 0,01
** Correlação é significativa para o nível 0,05
*Correlação é significativa para o nível 0,10

Os resultados apresentados revelam a variável **dimensão** como positiva e moderadamente associada ao índice geral de divulgação de intangíveis DIV_T e aos subíndices de intangíveis gerados internamente DIV_{T1} e adquiridos DIV_{T2}. A correlação apresenta-se com um nível significância estatística de $p<0,01$ com todos os índices e subíndices de divulgação (exceto com a divulgação de outras informações DIV_{A3}). Estes resultados sugerem que a dimensão, considerada individualmente, influencia genericamente a divulgação de intangíveis nas DFC dos bancos em Portugal. Também a **rendibilidade** se encontra com correlação positiva com a divulgação de intangíveis, embora a associação se apresente genericamente baixa. No entanto, esta caraterística encontra-se associada à divulgação dos intangíveis efetuada pelos bancos pela significância estatística revelada em todas as associações (exceto com a divulgação de outras informações de intangíveis). A **eficiência operativa** aparece associada com a divulgação de intangíveis (na consideração dos *itens* totais do índice) e mais especificamente com a divulgação dos que são gerados internamente e outras informações constantes do normativo internacional. Numa análise individual, serão os bancos mais eficientes que divulgam mais informação de intangíveis, nomeadamente os gerados internamente e informações não obrigatórias mas sugeridas pela IAS 38. São também os bancos com mais **diversidade** de classes de intangíveis que divulgam mais informação dos que são gerados internamente e são os bancos que reconheceram menos classes de intangíveis que divulgam mais "outras informações" constantes do normativo do IASB, ou seja, os bancos com intangíveis gerados internamente possuem mais classes de intangíveis e os bancos que possuem menos classes divulgam as razões do não reconhecimento desses intangíveis (no índice de outras informações). Os resultados revelam ainda que os bancos com maior **intensidade** de investimento em intangíveis divulgam mais informação sobre esses investimentos. São também os bancos com maior **número de administradores no conselho de administração** que divulgam mais informação de intangíveis. A associação com os índices considerados apresenta-se moderada para um nível de significância $p<0,01$ (tal como nos subíndices, com exceção de outras informações), o que revela uma ligação entre esta variável e os níveis de divulgação de intangíveis. Embora seja revelado um nível baixo de correlação, são os bancos com **capitais públicos** os que mais divulgam informações de intangíveis nas suas DFC. Também a existência de planos de remunerações variáveis (**SIBA**) se encontra associada à divulgação de intangíveis, constatando-se que esta variável influencia moderadamente a divulgação destes ativos nas DFC das instituições bancárias. A adoção de um novo **normativo contabilístico** apresenta-se também associada à divulgação de intangíveis. A correlação apresenta-se baixa para os índices de divulgação e para os subíndices de intangíveis adquiridos, estando fortemente correlacionada com a emissão de outras informações sugeridas no âmbito da IAS 38. A aplicação da norma internacional nos bancos em Portugal não se apresenta associada à divulgação de intangíveis gerados internamente.

3.2 – Estudo dos determinantes da divulgação através do modelo de estimação

Para responder à questão de investigação a que nos propusemos acerca dos fatores que explicam a divulgação de informação de intangíveis nos grupos bancários em Portugal no período 2001-2009, aplicamos a metodologia de análise de dados em painel para se inferir acerca das relações significativas entre cada uma das variáveis dependentes e o conjunto das variáveis independentes (ou caraterísticas específicas). Deste modo, utilizando a técnica econométrica de estimação de dados em painel desenvolveremos, de seguida, regressões multivariadas que permitirão um entendimento maior sobre o comportamento das variáveis consideradas.

O primeiro passo no modelo de estimação foi proceder à regressão comum (*Ordinary Least Squares* - OLS), a qual considera todos os coeficientes constantes ao longo do tempo e entre as entidades. Seguidamente aplica-se a regressão em painel com dados aleatórios. A realização do teste de heteroscedasticidade "Multiplicador de Lagrange (LM)" de *Breusch-Pagan*, confirmou a melhor aderência do modelo de estimação nos resultados pela regressão em painel com efeitos aleatórios[151]. O resultado deste teste permitiu-nos, em todas as regressões efetuadas, rejeitar a hipótese nula do teste LM de que as variâncias nas entidades são zero, ou seja, a inexistência de diferenças significativas em cada entidade. Não se rejeitando a hipótese nula, a utilização de painel não acrescentaria mais que a regressão pelo procedimento OLS.

Ao aplicar-se o modelo de estimação com a utilização de painel, o modelo geral de estimação de efeitos aleatórios é representado como se segue.

Quadro 2.11 - Modelo de estimação com dados em painel de efeitos aleatórios

$$Y_{it} = \alpha + \beta_1 DIM_{it} + \beta_2 REND_{it} + \beta_3 EFI_{it} + \beta_4 DIVE_{it} + \beta_5 INTS_{it} + \beta_6 DCON_{it} + \beta_7 PROP_{it} + \beta_8 SIBA_{it} + \beta_9 NORM_{it} + U_{it} + \xi_{it}$$

Em que:
Y representa cada uma das variáveis dependentes consideradas
U_{it} representa o erro entre entidades e ξ_{it} representa o erro dentro da entidade

Fonte: elaboração própria.

A redução da colinearidade entre variáveis explicativas e os elevados graus de liberdade é obtido pela heterogeneidade individual das variáveis, ou seja, a consideração de que as variáveis mudam ao longo do tempo, mas não entre entidades, assim como, pela existência de efeitos não observáveis específicos a cada uma das instituições[152]. A existência de variáveis omitidas refere-

[151] "A aplicação da OLS aos dados agregados não usa a informação acerca da heteroscedasticidade que resulta de serem observações repetidas para a mesma unidade seccional, dando uma ponderação igual a todas as observações (…) é pouco provável que uma observação adicional sobre uma pessoa já incluída no conjunto de dados acrescente tanta informação como uma observação sobre um novo indivíduo." (Johnston e DiNardo, 2000, p. 427).

[152] Segundo Hsiao (2006) o desafio da técnica estatística de dados em painel é controlar o impacto da heterogeneidade não observada, representado pelos parâmetros incidentais para obter uma inferência válida sobre os parâmetros estruturais.

se a caraterísticas que não são mensuradas e que afetam a variável a explicar, permitindo este modelo controlar os efeitos dessas variáveis.

A fim de testar a multicolinearidade foi elaborada a matriz de correlações entre as variáveis e calculados os valores VIF e de tolerância, os quais se apresentam na tabela A.3 do apêndice VI. Os resultados obtidos permitem-nos concluir da inexistência de multicolinearidade entre as variáveis independentes.

O quadro 2.12 apresenta o modelo de estimação para o índice de divulgação DIV_T com a apresentação em detalhe de cada uma das variáveis independentes utilizadas no mesmo.

Quadro 2.12 - Modelo de estimação com dados em painel para o índice DIV_T

$$DIV_{Tit} = \alpha + \beta_1 DIM_{it} + \beta_2 REND_{it} + \beta_3 EFI_{it} + \beta_4 DIVE_{it} + \beta_5 INTS_{it} + \beta_6 DCON_{it} + \beta_7 PROP_{it} + \beta_8 SIBA_{it} + \beta_9 NORM_{it} + U_{it} + \xi_{it}$$

Fator	**Dimensão**	**DIM**	**ATV** = Logaritmo do valor do ativo líquido da entidade **COL** = Logaritmo do número de colaboradores **ACS** = Logaritmo do número de ações que compõem o capital social da entidade **INTE** = Nº de países onde se localizam as subsidiárias e associadas do banco
Fator	**Rendibilidade**	**REND**	**ROA** = RAI.IM / total ativo x 100 **ROE** = RAI.IM / capital próprio x 100 **RPB** = Produto bancário / total ativo x 100
Fator	**Eficiência operativa**	**EFI**	*Cost-to-income:* **CTI** = gastos de estrutura / produto bancário x 100 Gastos com o pessoal: **GCP** = gastos com o pessoal / produto bancário x 100
Diversidade		**DIVE** = Número de classes de intangíveis	
Intensidade		**INTS** = Ativos intangíveis / Ativo líquido x 100	
Dimensão do conselho de administração		**DCON** = Logaritmo do número de membros do conselho de administração	
Estrutura de propriedade		Variável *dummy*: **PROP:** 1- "a estrutura de propriedade é privada", 0 – "a propriedade é pública"	
Sistemas de incentivos baseados em ações		Variável *dummy*: **SIBA:** 1- "a instituição aplica sistemas de incentivos baseados em ações", 0 - " não aplica"	
Alteração dos normativos contabilísticos		Variável *dummy*: **NORM** – 1 -" para os anos 2005-2009", 0 – "para os anos 2001-2004"	

Fonte: elaboração própria.

O modelo de estimação com dados em painel será igualmente aplicado ao índice DIV_A, conforme quadro abaixo.

Quadro 2.13 - Modelo de estimação com dados em painel para o índice DIV_A

$$DIV_{Ait} = \alpha + \beta_1 DIM_{it} + \beta_2 REND_{it} + \beta_3 EFI_{it} + \beta_4 DIVE_{it} + \beta_5 INTS_{it} + \beta_6 DCON_{it} + \beta_7 PROP_{it} + \beta_8 SIBA_{it} + \beta_9 NORM_{it} + U_{it} + \xi_{it}$$

Fonte: elaboração própria.

Serão igualmente efetuadas estimações para os subíndices de divulgação para *itens* gerados internamente, adquiridos e outras informações de intangíveis, pela consideração dos *itens* totais no índice (conforme quadro 2.14).

Quadro 2.14 - Modelo de estimação com dados em painel para os subíndices DIV_{T1}; DIV_{T2} e DIV_{T3}

$$DIV_{T1it} = \alpha + \beta_1 DIM_{it} + \beta_2 REND_{it} + \beta_3 EFI_{it} + \beta_4 DIVE_{it} + \beta_5 INTS_{it} + \beta_6 DCON_{it} + \beta_7 PROP_{it} + \beta_8 SIBA_{it} + \beta_9 NORM_{it} + U_{it} + \xi_{it}$$

$$DIV_{T2it} = \alpha + \beta_1 DIM_{it} + \beta_2 REND_{it} + \beta_3 EFI_{it} + \beta_4 DIVE_{it} + \beta_5 INTS_{it} + \beta_6 DCON_{it} + \beta_7 PROP_{it} + \beta_8 SIBA_{it} + \beta_9 NORM_{it} + U_{it} + \xi_{it}$$

$$DIV_{T3it} = \alpha + \beta_1 DIM_{it} + \beta_2 REND_{it} + \beta_3 EFI_{it} + \beta_4 DIVE_{it} + \beta_5 INTS_{it} + \beta_6 DCON_{it} + \beta_7 PROP_{it} + \beta_8 SIBA_{it} + \beta_9 NORM_{it} + U_{it} + \xi_{it}$$

Fonte: elaboração própria.

A estimação para os subíndices de divulgação pela consideração dos *itens* aplicáveis ou relevantes são os apresentados no quadro 2.15.

Quadro 2.15 - Modelo de estimação com dados em painel para os subíndices DIV_{A1}; DIV_{A2} e DIV_{A3}

$$DIV_{A1it} = \alpha + \beta_1 DIM_{it} + \beta_2 REND_{it} + \beta_3 EFI_{it} + \beta_4 DIVE_{it} + \beta_5 INTS_{it} + \beta_6 DCON_{it} + \beta_7 PROP_{it} + \beta_8 SIBA_{it} + \beta_9 NORM_{it} + U_{it} + \xi_{it}$$

$$DIV_{A2it} = \alpha + \beta_1 DIM_{it} + \beta_2 REND_{it} + \beta_3 EFI_{it} + \beta_4 DIVE_{it} + \beta_5 INTS_{it} + \beta_6 DCON_{it} + \beta_7 PROP_{it} + \beta_8 SIBA_{it} + \beta_9 NORM_{it} + U_{it} + \xi_{it}$$

$$DIV_{A3it} = \alpha + \beta_1 DIM_{it} + \beta_2 REND_{it} + \beta_3 EFI_{it} + \beta_4 DIVE_{it} + \beta_5 INTS_{it} + \beta_6 DCON_{it} + \beta_7 PROP_{it} + \beta_8 SIBA_{it} + \beta_9 NORM_{it} + U_{it} + \xi_{it}$$

Fonte: elaboração própria.

Em síntese, a utilização das regressões multivariadas propostas por meio da análise de dados em painel mostra-se adequada para avaliar quais os determinantes da divulgação de intangíveis ao longo do período de nove anos (2001 a 2009).

Apresentaremos de seguida os resultados da estimação com dados em painel para cada um dos índices e subíndices de divulgação. A tabela 2.43 apresenta os resultados para o índice que considera os *itens* divulgados sobre os *itens* totais do índice, assim como para cada um dos subíndices calculados por este critério, sendo interpretados os resultados das variáveis que obtiveram significância estatística.

Tabela 2.43 - Resultados do modelo de regressão em painel para DIV_T; DIV_{T1}; DIV_{T2} e DIV_{T3}

Variáveis independentes	DIV_T			DIV_{T1}			DIV_{T2}			DIV_{T3}		
	Coef.	z	p	Coef.	z	p	Coef.	z	p	Coef.	z	p
DIM	0,0680135	4,18	**0,000**	0,1148314	3,39	**0,001**	0,0360757	3,40	**0,001**	0,0164489	0,56	0,573
REND	-0,0068062	-1,51	0,131	-0,0160183	-1,97	**0,049**	0,000123	0,03	0,979	-0,0247802	-1,66	**0,098**
EFI	0,0034416	0,51	0,609	-0,0214367	-1,75	**0,080**	0,0189637	2,89	**0,004**	-0,0043042	-0,21	0,831
DIVE	0,0096418	2,04	**0,042**	0,0266991	3,07	**0,002**	0,0001144	0,02	0,980	0,0106827	0,76	0,447
INTS	-0,0180027	-1,40	0,042	-0,0127146	-0,54	0,586	-0,0127257	-0,98	0,328	-0,0707986	-1,75	**0,080**
DCON	0,1641823	4,26	**0,000**	0,2300576	3,27	**0,000**	0,1334548	3,50	**0,000**	0,1149655	0,97	0,331
PROP	-0,0682885	-1,09	0,277	-0,0606015	-0,39	0,694	-0,0734918	-2,26	**0,024**	-0,0882643	-1,02	0,309
SIBA	0,0125717	0,43	0,666	0,0016698	0,03	0,976	0,0192942	0,78	0,635	-0,0838987	-1,14	0,253
NORM	0,07467755	5,77	**0,000**	0,0799169	3,36	**0,001**	0,054533	4,32	**0,000**	0,3667953	9,38	**0,000**
Cons	0,0650957	0,89	0,000	-0,1539127	-0,93	0,351	0,1977268	3,86	0,000	-0,0565577	-0,38	0,708
	Obs = 153 Groups = 17 Wald chi2 (9) = 152,92 Prob > Chi2 = 0 R-sq : Within = 0,5193 Beetween = 0,5519 Overall = 0,5364			Obs = 153 Groups = 17 Wald chi2 (9) = 63,56 Prob > Chi2 = 0 R-sq : Within = 0,3108 Beetween = 0,3213 Overall = 0,3163			Obs = 153 Groups = 17 Wald chi2 (9) = 114,99 Prob > Chi2 = 0 R-sq : Within = 0,4032 Beetween = 0,6915 Overall = 0,5674			Obs = 153 Groups = 17 Wald chi2 (8) = 217,44 Prob >Chi2 = 0 R-sq : Within = 0,6237 Beetween = 0,1527 Overall = 0,5362		

O resultado da regressão do índice de divulgação total de intangíveis (**DIV_T**) apresenta como variáveis estatisticamente significativas para justificar a variância do índice, a **dimensão bancária**, a **diversidade**, a **dimensão do conselho de administração** e a **adoção da IAS 38**. Todas estas variáveis se encontram com uma associação positiva com o índice de divulgação, sendo de prever que os bancos de maior dimensão, com maior diversidade de ativos intangíveis (número de classes de intangíveis) e cuja dimensão do conselho de administração seja superior, apresentam um maior nível divulgação dos seus intangíveis. A adoção do novo normativo fez com que a divulgação fosse superior nos anos posteriores à adoção da IAS 38. A variável que se apresenta com maior influência na variação do índice de divulgação é a variável dimensão do conselho de administração. Este modelo explica 51,93% da variância da variável dependente dentro de cada entidade (ou intragrupo), 55,19% entre as entidades (ou intergrupo) e 53,64% da variação total.

A divulgação de intangíveis gerados internamente (**DIV_{T1}**) será maior nos bancos de maior **dimensão**, nos que apresentam ganhos de **eficiência** (eficiência de gastos, ou seja, menor rácio de eficiência), nos bancos que apresentam maior **diversidade de intangíveis** e, onde o **número de membros no conselho de administração** seja mais acentuado. A **adoção do novo normativo** é uma variável que se apresenta também positiva e estatisticamente associada ao subíndice dos *itens* gerados internamente, indicando que este tipo de intangíveis apresenta maior

divulgação a partir de 2005. A **rendibilidade** apresenta-se negativamente associada ao índice, o que significa que serão os bancos com menor rendibilidade que divulgam mais intangíveis gerados internamente, contrariamente ao resultado obtido na análise univariada. De referir que as variáveis que se apresentam como mais influentes na variação da divulgação de intangíveis gerados internamente são as variáveis dimensão bancária e dimensão do conselho de administração. Os valores R^2 permitem-nos concluir que o modelo explica, em termos globais, 31,63% da variância do índice, 31,08% das diferenças entre as entidades e 32,13% das variações entre períodos de tempo para a mesma entidade.

No que respeita ao subíndice de divulgação dos intangíveis adquiridos, $\mathbf{DIV_{T2}}$, o mesmo apresenta-se estatisticamente significativo com as variáveis **dimensão, eficiência operativa**, **dimensão do conselho de administração**, **controlo de propriedade** e a **aplicação da IAS 38**. Os bancos de maior dimensão, os que apresentam menor eficiência na utilização dos seus recursos (variável com valor positivo), com maior número de administradores e cuja estrutura de propriedade seja pública são os que apresentam maior divulgação de intangíveis adquiridos. Tal como nas restantes variáveis dependentes, também a alteração dos normativos contabilísticos teve um significativo impacto na divulgação de intangíveis adquiridos. De ressalvar a variável dimensão do conselho de administração como a que exerce, uma vez mais, maior influência na divulgação dos intangíveis adquiridos. Este modelo tem um elevado poder explicativo: 56,74% da variância global do índice, 40,32% da variância na mesma entidade ao longo do período analisado e 69,15% entre as entidades.

Serão os bancos que se apresentam com menor **rendibilidade** e com menor **intensidade de intangíveis** (ambas com um nível de significância de $p<0,1$) que exibem um maior índice de divulgação de outras informações de intangíveis constantes da norma internacional ($\mathbf{DIV_{T3}}$). A **adoção do novo normativo** apresenta-se, uma vez mais, como fator determinante da divulgação deste tipo de informação nas DFC dos bancos, sendo esta variável a que, sem dúvida, exerce maior influência na variação da divulgação de outras informações dos ativos intangíveis constantes da IAS 38 (com um nível de significância estatística de $p=0,000$).O resultado da variância total explicada pelo painel é de 53,62%.

A análise aos resultados da regressão em painel para o índice e subíndices de divulgação dos *itens* que são aplicáveis, ou seja, a divulgação sobre os intangíveis pela consideração apenas dos indicadores que cada instituição detém, é o que se apresenta de seguida[153].

[153] Foi excluído o subíndice DIV_{A3} pelo facto de o modelo se apresentar com um muito baixo poder explicativo.

Tabela 2.44 - Resultados do modelo de estimação em painel DIV_A; DIV_{A1} e DIV_{A2}

Variáveis independentes	DIV_A			DIV_{A1}			DIV_{A2}		
	Coef.	z	p	Coef.	z	p	Coef.	z	p
DIM	0,0090811	0,44	0,663	0,0121976	0,90	0,370	0,0089464	0,40	0,691
REND	0,0041451	0,41	0,684	0,0354991	2,87	**0,004**	0,0101594	1,01	0,313
EFI	0,0152531	1,10	0,271	0,0657735	3,61	**0,000**	0,0255274	1,80	**0,072**
DIVE	0,010029	1,04	0,300	0,0030043	0,48	0,631	0,0102458	1,05	0,293
INTS	-0,0555248	-2,00	**0,045**	-0,2661557	-3,41	**0,001**	-0,0551174	-1,99	**0,047**
DCON	0,1747943	2,15	**0,031**	0,1010682	1,50	0,135	0,240804	2,91	**0,004**
PROP	-0,087862	-1,40	0,160	-0,1012857	-2,89	**0,004**	-0,0899735	-1,30	0,194
SIBA	0,0283858	0,56	0,578	0,1137084	3,56	**0,000**	0,0027477	0,05	0,958
NORM	0,0816973	3,04	**0,002**	0,0653057	3,31	**0,001**	0,0929617	3,46	**0,001**
Cons	0,6604258	6,28	**0,000**	0,8162268	11,17	**0,000**	0,5952622	5,42	**0,000**
	Obs = 153 Groups = 17 Wald chi2 (9) = 28,87 Prob > Chi2 = 0,0007 R-sq : Within = 0,1133 Beetween = 0,4796 Overall = 0,2975			Obs = 54 Groups = 8 Wald chi2 (9) = 122,23 Prob > Chi2 = 0 R-sq : Within = 0,4657 Beetween = 0,8624 Overall = 0,7353			Obs = 152 Groups = 17 Wald chi2 (9) = 36,11 Prob > Chi2 = 0 R-sq : Within = 0,1690 Beetween = 0,4231 Overall = 0,2985		

O índice de divulgação que mede a proporção dos intangíveis divulgados sobre os aplicáveis **DIV_A**, apresenta como variáveis estatisticamente significativas e explicativas da sua variância, a **intensidade de investimento em ativos intangíveis**, a **dimensão do conselho de administração** e a **adoção da IAS 38**. A intensidade apresenta-se associada negativamente ao índice de divulgação, o que indicia que os bancos com maior intensidade de investimento em intangíveis divulgam menos acerca dos *itens* que lhes são aplicáveis/relevantes. Os resultados revelam que numa análise longitudinal, os bancos com maior valor de ativos intangíveis no Balanço são os que divulgam menos informação desses mesmos ativos intangíveis. A dimensão do conselho de administração influencia positiva e significativamente a divulgação destes intangíveis. Também a aplicação do novo normativo em 2005 se apresenta como variável explicativa da variação do índice de divulgação. Neste índice, é a dimensão do conselho de administração que se apresenta com maior poder explicativo. O modelo explica apenas 29,75% da variância total do índice.

As entidades com maior **rendibilidade**, menor racionalidade de recursos ou **eficiência operativa**, menor **intensidade de intangíveis**, cujo **controlo de propriedade é público** e com a existência de **planos de incentivos em ações**, divulgam significativamente maior quantidade informação de intangíveis gerados internamente, considerando o critério de divulgação dos *itens*

aplicáveis (**DIV_{A1}**). Tal como em todos os índices de divulgação, a variável de **adoção da IAS 38** apresenta-se com elevada significância para explicar a divulgação de intangíveis, ou seja, a divulgação a partir do ano de aplicação da norma é significativamente superior. De referir igualmente que os fatores que mais influenciam a divulgação de intangíveis gerados internamente são a menor intensidade de intangíveis (que faz com que divulguem mais), a propriedade pública dos bancos e a existência de SIBA. Este modelo é o que se apresenta com maior poder explicativo da variância do índice, com 46,57% dentro de cada sociedade ao longo do tempo, 86,24% entre as sociedades e 73,53% de variância total.

Pelos resultados apresentados, os bancos com baixa **eficiência operacional** são os que fazem maior divulgação de intangíveis adquiridos **(DIV_{A2})**, embora a conclusão a extrair tenha que considerar o nível de significância estatística de 0,1. Ao aumento do índice de divulgação está relacionada uma diminuição da **intensidade de investimento em intangíveis**. Um aumento da divulgação está também associado a um maior número de membros no **conselho de administração** (a um nível de significância estatística de 0,01). Também a **aplicação da IAS 38** a partir de 2005 tem influência num maior nível de divulgação destes intangíveis.

A tabela seguinte permite-nos efetuar uma síntese por cada uma das variáveis dependentes e independentes consideradas. Detalharemos a análise a cada uma das variáveis com interpretação dos resultados obtidos apenas para um nível de significância de $p<0,01$ e $p<0,05$.

Tabela 2.45 – Resumo dos resultados da estimação com dados em painel

Hipótese/variável e associação prevista			DIV_T		DIV_{T1} Gerados		DIV_{T2} Adquiridos		DIV_{T3} Outras Inf.		DIV_A		DIV_{A1} Gerados		DIV_{A2} Adquiridos	
H1	Dimensão	+	+	***	+	***	+	***								
H2	Rendibilidade	?			–	**			–	*			+	***		
H3	Eficiência operativa	–			–	*	+	***					+	***	+	*
H4	Diversidade	+	+	**	+	***										
H5	Intensidade	+							–	*	–	**	–	***	–	**
H6	Dimensão do Conselho Adm.	+	+	***	+	***	+	***			+	**			+	***
H7	Estrutura de propriedade	–					–	**					–	***		
H8	SIBA	+											+	***		
H9	Alteração norm. contab.	+	+	***	+	***	+	***	+	***	+	***	+	***	+	***

*** Correlação é significativa para o nível 0,01
** Correlação é significativa para o nível 0,05
* Correlação é significativa para o nível 0,10

A análise aos resultados constantes da tabela anterior permite-nos concluir que a **dimensão** dos grupos bancários tem, genericamente, uma influência positiva e estatisticamente significativa na

divulgação de intangíveis, o que significa que, a um aumento da dimensão do banco está associado um aumento da divulgação de ativos intangíveis. Confirma-se, desta forma, nas variáveis dependentes DIV_T; DIV_{T1} e DIV_{T2} a hipótese H1 formulada de que os grupos bancários de maior dimensão tendem a divulgar mais informação de intangíveis do que os grupos de menor dimensão. Este resultado está em consonância com os obtidos por outros estudos de divulgação de intangíveis[154]. Os resultados obtidos demonstram, segundo a teoria da agência, dos *stakeholders* e da legitimidade que as organizações de maior dimensão, por nelas haver maior separação da propriedade e controlo, divulgam mais informação, permitindo combater os custos de agência e melhorar a perceção que os *stakeholders* têm da organização pelas suas práticas de adequação às normas existentes.

No que diz respeito à divulgação de intangíveis pelo critério dos *itens* aplicáveis/relevantes, a variável dimensão, contrariamente à divulgação que considera a totalidade dos *itens*, não se apresenta estatisticamente significativa para explicar a variância na divulgação de intangíveis. Assim, na construção de um índice de divulgação que representa a proporção dos intangíveis divulgados sobre os que a entidade detém, a dimensão da organização não se apresenta como fator determinante da divulgação, ou seja, não serão só as entidades de maior dimensão que divulgam os intangíveis que possuem[155].

A **rendibilidade** associa-se negativamente à divulgação de intangíveis na aplicação do critério de *itens* totais, o que poderá significar que serão os bancos que apresentam menor rendibilidade os que mais informação divulgam sobre os seus ativos intangíveis (essencialmente gerados internamente e outras informações). Estes resultados parecem contrariar a teoria da sinalização, cujos preceitos advogam ser os bancos com maiores rendibilidades a divulgar mais informação ao mercado, de modo a fundamentar a sua boa *performance* perante os seus *stakeholders*. No entanto, poderá ser a existência de custos de agência que apoia a maior divulgação quando o desempenho financeiro é menor, pois através da divulgação poder-se-á contextualizar esse desempenho (Orens *et al*., 2009)[156].

Salientamos, no entanto, que a rendibilidade oscilou de forma acentuada no período analisado (tabela 2.24), tendo aumentado no período 2005-2007 relativamente aos anos anteriores, e decaído em 2008 e 2009 para valores abaixo dos registados nos anos 2001-2004. Constata-se,

[154] Bozzolan *et al.* (2003); Gómez Rodríguez (2003); García-Meca *et al*. (2005); García-Meca e Martínez (2005); Zhang (2005); Shareef e Davey (2005); Firer e Williams (2005); Bozzolan *et al.* (2006); Guthrie *et al.* (2006); Oliveira *et al*. (2006); Cerbioni e Parbonetti (2007); Cordazzo (2007); Li *et al*. (2007, 2008); White *et al.* (2007); Schneider e Samkin (2008); Gerpott *et al.* (2008); Striukova *et al.* (2008); Ferreira (2008); Gan *et al.* (2008); Brüggen *et al.* (2009); Singh e Van der Zahn (2009); Yau *et al.* (2009); Cormier *et al.* (2009); Sousa (2009); Costa (2010); White *et al.* (2010); Abeysekera (2010); Hidalgo *et al*. (2011); Branco *et al*. (2011) e An *et al*. (2011).

[155] A não significância da variável dimensão na divulgação de intangíveis é coincidente com o resultado encontrado por Williams (2001); Gandía (2003); Bukh *et al.* (2005); Kamath (2008); Rimmel *et al.* (2009); Sonnier *et al.* (2009); Oliveira *et al.* (2010a); Abeysekera (2011); See e Rashid (2011); Kang e Gray (2011) e Rashid *et al.* (2012).

[156] A associação negativa com a rendibilidade está em concordância com os resultados obtidos por Firer e William (2005) e Orens *et al*. (2009).

numa análise individual, que são os bancos mais pequenos que apresentam maiores valores de rendibilidade (mesmo assim, com valores decrescentes) e que os bancos que sofreram maior queda neste indicador foram os bancos de maior dimensão, essencialmente nos anos de 2008 e 2009, período em que a rendibilidade passou, na maior parte deles, para valores negativos. A gravíssima crise financeira que se manifestou de forma mais acentuada nesses dois anos afetou inevitavelmente os resultados e a rendibilidade das instituições. Esta verificação poderá justificar a associação negativa entre as variáveis, dado que o índice (e subíndices) de divulgação pelo critério da divulgação geral aumentam ao longo do período analisado (apenas decaindo em 2009) (tabelas 2.6, 2.7, 2.8 e 2.9), tendo a rendibilidade sofrido quebras acentuadas (tabela 2.24). Na consideração da divulgação pelo critério dos *itens* aplicáveis verifica-se a situação oposta, ao associar-se positivamente a rendibilidade com a divulgação por este critério, ou seja, serão os bancos com menores decréscimos na rendibilidade que divulgam mais os seus ativos intangíveis. De destacar a significância estatística da variável rendibilidade no subíndice de intangíveis gerados internamente (DIV_{A1}). Esta diferenciação significa que serão os bancos mais rentáveis que terão nas suas DFC intangíveis gerados internamente[157], tendo estes elementos uma relevância acentuada nessas DF, o que faz com que sejam divulgados de forma mais significativa[158].

O nível de **eficiência** na atividade corrente revelou um impacto significativo nos subíndices de divulgação de intangíveis gerados e adquiridos (DIV_{A1}; DIV_{T2}). Pelo critério de *itens* divulgados sobre os *itens* totais, os resultados demonstram que serão os grupos bancários que revelam menor eficiência de gastos que divulgam mais acerca de intangíveis adquiridos (DIV_{T2}). No critério dos *itens* divulgados sobre os *itens* aplicáveis, serão os bancos menos eficientes que divulgam mais intangíveis gerados internamente (DIV_{A1}), sendo estes bancos que os possuem. Ressalvamos uma vez mais que a eficiência operativa, analisada pelas rácios consideradas neste estudo, é medida pelos gastos operacionais em percentagem dos rendimentos operacionais, o que significa que maior eficiência operativa está associada a um menor valor de rácio, ou seja, um valor negativo no indicador significa maior eficiência. Uma constatação geral obtida nos resultados da estimação apresentados é que a maior divulgação está associada a uma menor eficiência operativa, e assim é porque, uma análise individualizada permite verificar que são os bancos de pequena e média dimensão os que se apresentam com maior eficiência operativa, não sendo estes os que divulgam mais (pois são os bancos maiores os que o fazem). A análise temporal efetuada através da tabela 2.29 permitiu verificar que a eficiência bancária aumentou ao longo do período analisado, apenas com uma diminuição em 2008, ano de acentuada crise

[157] Tal como referido anteriormente, estes intangíveis referem-se a despesas de desenvolvimento interno de produtos de *software*, plataformas informáticas ou sistemas de tratamento automático de dados.
[158] Este resultado está em consonância com o resultado dos estudos de García-Meca e Martínez (2005); Cerbioni e Parbonetti (2007); García-Meca e Martínez (2007) e Costa (2010).

nos mercados financeiros. Ou seja, verificou-se um aumento na eficiência operativa dos bancos e, na generalidade, a divulgação de intangíveis também aumentou. No entanto, esta situação revela a existência de sinais contrários, o que nos leva a concluir que os resultados apresentados com sinal positivo revelam que são os bancos com menor eficiência operativa (maior rácio) que divulgam mais acerca de intangíveis, refutando-se a hipótese formulada (H3) de que seriam os bancos com maior eficiência os que divulgam mais informação dos seus intangíveis.

Tal como a variável rendibilidade, os resultados da eficiência operativa contrariam o postulado na teoria da sinalização, pois, seria de esperar que fossem os bancos mais eficientes os que emitiram mais informação sobre os seus intangíveis ao mercado. No entanto, a existência custos de propriedade e a ponderação dos custos e benefícios desta divulgação pode desincentivar a que a mesma seja divulgada pelos bancos mais eficientes. Por outro lado, a existência de custos de agência poderá promover incentivos aos bancos menos eficientes para que divulguem mais informação, no sentido de que essa baixa eficiência seja justificada. Uma análise à associação entre as variáveis rendibilidade e eficiência operativa no mapa de correlações apresentado na tabela A.2 do apêndice V, permite-nos verificar que as variáveis se encontram correlacionadas e com o mesmo sentido, dado que, embora o sinal seja contrário, tal significa que uma maior eficiência operativa (menor rácio de eficiência) está associada a uma maior rendibilidade, revelando a obtenção de ganhos de eficiência através da racionalidade dos recursos e da melhoria dos processos, incrementando, por esta via, os níveis de rendibilidade. No entanto, os resultados que se apresentam estatisticamente significativos conjuntamente nas duas variáveis referem-se aos índices de divulgação dos intangíveis gerados internamente. No que respeita ao subíndice de intangíveis gerados internamente pelo critério dos *itens* totais (DIV_{T1}), serão os bancos menos rentáveis e mais eficientes que divulgam estes intangíveis e, nos intangíveis gerados internamente pelo critério dos *itens* aplicáveis (DIV_{A1}) resulta, contrariamente ao anterior, que serão os bancos mais rentáveis e menos eficientes que os divulgam (porque serão estes bancos que possuem intangíveis gerados internamente).

A variável **diversidade de classes de intangíveis** sofreu, ao longo do período analisado, uma quebra acentuada por força da restrição normativa (tabela 2.31), ou seja, dadas as reservas que a IAS 38 coloca no reconhecimento de intangíveis, o número de classes reduziram-se a cerca de metade depois da sua aplicação nas DF. No entanto, esta variável apresenta-se com uma associação positiva com todos os índices de divulgação, sendo esta associação significativa no índice DIV_T e subíndice DIV_{T1} (intangíveis gerados internamente). Assim, dada a significativa diminuição do número de classes de intangíveis em todos os bancos ao longo dos nove anos analisados, serão os bancos que têm maior número de classes de intangíveis os que divulgam mais informação, o que corresponde, na quase generalidade, aos bancos com maior dimensão (ver mapa de correlações na tabela A.2 do apêndice V ao trabalho). Apelando aos pressupostos

da teoria dos *stakeholders* e de legitimidade obtemos confirmação da hipótese H4 de que a divulgação será maior nos bancos com maior número de classes de intangíveis. Estes resultados não estão confirmados em outros estudos. Veja-se a título de exemplo Ollier (2006).

A **intensidade de investimento em intangíveis**, mensurada pela proporção do valor dos ativos intangíveis no total do ativo líquido, apresenta-se com uma associação negativa com a divulgação de intangíveis. Esta associação é significativa no índice e subíndices de divulgação pelo critério dos *itens* aplicáveis/relevantes. Os resultados revelam que são os bancos com menor intensidade de valor de ativos intangíveis, e nos quais se verificou maior diminuição desse valor, os que divulgam mais acerca dos intangíveis que possuem. Este resultado, embora contrário ao que se esperou, justifica que não será a proporção que o investimento em intangíveis tem nos ativos da entidade que afeta a maior divulgação dos mesmos, o que, tendo em atenção os resultados da variável diversidade, nos leva a concluir que é a diversidade e não a intensidade de intangíveis que faz com que se divulgue mais informação acerca dos mesmos. Esta constatação faz todo o sentido se pensarmos que os índices estão elaborados para medir a extensão da divulgação de intangíveis e não a intensidade ou profundidade dessa divulgação, facto que justifica a relevância da diversidade em detrimento da intensidade.

Nos resultados obtidos por Whiting e Miller (2008) e Ollier *et al.* (2010), não foi confirmada a associação positiva entre a intensidade de investimento em ativos intangíveis e a sua divulgação nos relatórios anuais. Gandía (2003), não só concluiu acerca de uma maior divulgação de intangíveis pelas sociedades que os tenham em maior intensidade, como reconhece nestas sociedades uma maior utilidade ou utilização dos relatórios financeiros para os investidores. Monclús Guitart *et al.* (2005) encontraram uma associação negativa e estatisticamente significativa da variável que mede a proporção de ativos fixos sobre o valor do ativo, ou seja, as entidades que possuem maior peso de ativos fixos tangíveis na estrutura do seu ativo divulgam menos acerca de intangíveis. No mesmo estudo não foi encontrada significância estatística para os resultados da associação da variável que mede o peso dos ativos intangíveis sobre o total dos investimentos.

A **dimensão do conselho de administração** tem um elevado poder explicativo na variância de praticamente todos os índices e subíndices de divulgação de intangíveis sendo, nesta análise, a variável que mais influência tem sobre as variáveis dependentes. Pela teoria da agência argumenta-se que quanto maior a separação entre a propriedade e a gestão, maior a propensão para a divulgação de forma a legitimar a posição dos órgãos de gestão no seio da organização. Deste modo, um maior número de administradores no conselho de administração dos bancos analisados estará associado a uma maior divulgação de intangíveis, o que significa que, na generalidade, os bancos com mais administradores são aqueles que apresentam, no período analisado, e em relação aos restantes bancos, uma maior divulgação de intangíveis na sua

globalidade. Com um nível de significância estatística dentro dos parâmetros previamente definidos, confirmamos a hipótese H6 para os índices DIV_T e DIV_A e para os subíndices DIV_{T1}; DIV_{T2} e DIV_{A2}. A associação positiva e estatisticamente significativa está em conformidade com o estudo de Abeysekera (2010).

A variável *dummy* **estrutura de propriedade** tem como referência a análise a uma estrutura privada de capitais (1 – "privada"; 0 – "pública"). Esta variável apresenta-se com uma associação negativa com todos os índices e subíndices de divulgação de intangíveis, o que claramente significa que os bancos de controlo público apresentam maior nível de divulgação de intangíveis relativamente aos bancos com estrutura de capital privado. Assim, para os subíndices de divulgação DIV_{T2} e DIV_{A1} encontra-se confirmada a hipótese H7. Este resultado está em consonância com os resultados obtidos no estudo de Yau *et al.* (2009) e é contrário aos obtidos por Lee *et al.* (2007), os quais encontraram uma associação positiva entre a divulgação de intangíveis e o controlo de propriedade privada. Se considerarmos os resultados de outros estudos que analisaram a concentração ou dispersão de propriedade e a divulgação de intangíveis, os resultados são mais consensuais numa associação negativa da concentração de capital com a divulgação de intangíveis (Zhang, 2005; Oliveira *et al*., 2006 e, Li *et al*., 2007, 2008), revelando a existência de uma maior divulgação de intangíveis quando a propriedade é dispersa, o que poderá ser contrário ao revelado pelo presente estudo, dado que, sendo as instituições públicas as que mais divulgam, à partida estas terão maior concentração de capital. Em consequência de um maior escrutínio existente nestas organizações por parte dos *stakeholders* e da sociedade em geral, as organizações "politicamente sensíveis" têm, por força da pressão em justificar a continuidade da sua existência, maior preocupação com a extensão da informação constante das DF. Também a teoria institucional explica a existência de estruturas formais nas organizações com o objetivo de legitimar as suas ações e divulgações. Esta constatação é especialmente válida em organizações estatais.

A existência de **SIBA** está associada positivamente com a maior divulgação de intangíveis gerados internamente (DIV_{A1}), tal significa que as instituições de crédito que têm implementado SIBA são as que divulgam mais acerca de intangíveis gerados internamente, confirmando-se a hipótese H8 no subíndice de divulgação DIV_{A1}. Tal resultado evidencia que a existência de outras formas menos convencionais de remuneração poderá justificar a legitimidade e a transparência na posição dos órgãos de gestão na organização, refletindo-se na maior divulgação. Tal resultado está em consonância com a teoria da agência na qual estão implícitas motivações de divulgação, ou seja, condicionantes que possam inibir ou facilitar a divulgação, as quais podem ser, e são, essencialmente a existência de formas de monitoramento. O resultado apresentado está em consonância com o encontrado por Singh e van der Zahn (2009) ao

concluir sobre a influência da existência de sistemas de incentivos numa maior divulgação de intangíveis.

Tal como previsto, a divulgação de intangíveis aumentou significativamente após a **aplicação da IAS 38** do IASB a partir de janeiro de 2005. A variável que considera o período anterior e posterior à sua adoção (H9) teve significância em todos os índices e subíndices de divulgação, confirmando-se plenamente esta hipótese. Tal justifica-se pela teoria institucional na vertente do isomorfismo coercivo, como resultado de pressão regulamentar externa para uma convergência na divulgação. A tabela 2.46 apresenta os resultados das hipóteses formuladas.

Tabela 2.46 – Confirmação das hipóteses

Hipótese	Formulação		Confirmação estatística (α<0,01; α<0,05)
H1	Os grupos bancários com maior dimensão, que operam em Portugal, tendem a divulgar mais informação sobre os seus ativos intangíveis que os grupos bancários de menor dimensão.	+	Confirmada DIV_T; DIV_{T1}; DIV_{T2}
H2	O índice de divulgação dos intangíveis varia com a rendibilidade do grupo bancário, ainda que não se preveja com rigor o sentido dessa variação.	?	DIV_{T1} (–); DIV_{A1} (+)
H3	Os grupos bancários que operam em Portugal e que apresentam uma melhor rácio de eficiência operativa, apresentam uma maior divulgação de intangíveis nas suas demonstrações financeiras consolidadas.	–	Refutada $DIV_{T2;}$ DIV_{A1}
H4	A diversidade de classes de intangíveis está associada positivamente à sua divulgação, podendo inferir-se que os grupos bancários com uma maior diversidade de classes de intangíveis divulgarão mais acerca desses intangíveis.	+	Confirmada $DIV_{T;}$ DIV_{T1}
H5	Uma maior intensidade de intangíveis, representada pela proporção de ativos intangíveis no ativo total, influencia positivamente a divulgação acerca de intangíveis nas demonstrações financeiras dos grupos bancários em Portugal.	+	Refutada $DIV_{A;}$ DIV_{A1}; DIV_{A2}
H6	A divulgação acerca de intangíveis nas demonstrações financeiras dos grupos bancários em Portugal é maior quanto maior for o número de administradores no conselho de administração.	+	Confirmada $DIV_{T;}$ DIV_{T1}; DIV_{T2}; DIV_{A}; DIV_{A2}
H7	A estrutura de propriedade dos grupos bancários poderá influenciar a divulgação de intangíveis nas suas demonstrações financeiras consolidadas, sendo de prever que a detenção de capital por entidades privadas resultará numa menor divulgação dos ativos intangíveis.	–	Confirmada DIV_{T2}; DIV_{A1}
H8	Os grupos bancários que aplicam sistemas de incentivos baseados em ações apresentam, nas suas demonstrações financeiras consolidadas, uma maior divulgação sobre os seus intangíveis.	+	Confirmada DIV_{A1}
H9	A generalidade dos grupos bancários em Portugal adotaram a IAS 38 nas suas contas consolidadas no ano de 2005, podendo inferir-se que a divulgação de intangíveis cresceu a partir do primeiro ano da adoção dessa norma.	+	Confirmada plenamente

Julgamos pertinente salientar de seguida as **conclusões** mais relevantes deste capítulo.

Com base na ideia de que uma economia de serviços atribui primazia aos aspetos intangíveis, propusemo-nos analisar a divulgação dos ativos intangíveis nas DFC de 2001 a 2009 dos grupos bancários que nesses anos desenvolviam a sua atividade em Portugal. Adotámos uma abordagem longitudinal para explorar a extensão e a evolução da divulgação, assim como os fatores que a determinam. Para tal, elaborámos um índice de divulgação dos ativos intangíveis segundo as exigências constantes da IAS 38 do IASB e, através da análise de conteúdo às DFC, extraímos os dados acerca da extensão e da evolução da divulgação dos indicadores em causa.

O índice de divulgação construído foi explorado em duas análises: a análise à extensão da divulgação calculada pela divisão dos intangíveis divulgados (codificados com 1 que representa a presença do *item* em causa) sobre os *itens* totais que compõem o índice (que são quarenta e sete) e, outra análise, efetuada com o índice de divulgação a ter em consideração os *itens* divulgados (codificados com 1) sobre os *itens* que são aplicáveis a cada grupo bancário em concreto (que variam para cada entidade). A primeira vertente analisa a divulgação de intangíveis em relação a todos os indicadores constantes do índice e, a segunda vertente, a divulgação de intangíveis apenas na consideração dos indicadores que a instituição possui ou detém. Destes dois índices de divulgação resultaram ainda subíndices que consideram, separadamente, os intangíveis gerados internamente, os intangíveis adquiridos a terceiros e outras informações de intangíveis ou informações opcionais, resultantes das sugestões constantes na IAS 38.

Os resultados da análise à extensão e à evolução da divulgação de intangíveis nas DFC dos grupos bancários em Portugal no período 2001-2009 revelaram que os bancos divulgaram, nos nove anos considerados, informação de intangíveis nas suas DFC num valor médio de 0,24 (variando o valor do índice entre 0 e 1), quando considerados no denominador da fração os *itens* totais do índice (DIV_T). Esta divulgação passou de uma média de 0,1940 em 2001 para um valor médio de 0,2778 em 2009. Se for considerada a divulgação dos *itens* divulgados em relação aos *itens* que são aplicáveis, ou seja, a não penalização do índice com indicadores que não se aplicam a cada banco em concreto (DIV_A), a média de divulgação de informação de intangíveis no período analisado foi de 0,8286. A evolução deste índice representou-se num acréscimo na média de divulgação de 0,7852 em 2001 para 0,8788 em 2009. Dos primeiros resultados podemos constatar o baixo nível de divulgação de intangíveis nas DFC destas entidades, no entanto, na consideração da divulgação apenas dos intangíveis que cada uma possui, a divulgação apresentou um nível que podemos considerar provar cumprirem-se pelas instituições de crédito as exigências de divulgação (representado numa média divulgação de 0,8286).

Procurámos igualmente aferir da significância estatística da evolução na divulgação de intangíveis no período considerado, assim como do impacto na divulgação de informação pela

adoção do novo normativo contabilístico dos intangíveis em 2005. Os resultados revelaram uma alteração nos índices e subíndices de divulgação e um aumento acentuado na divulgação realizada nos anos de 2005 e 2006. Os testes estatísticos permitiram-nos confirmar as hipóteses formuladas sobre a existência de uma evolução na divulgação de intangíveis, assim como um impacto significativo no ano de aplicação pela primeira vez da IAS 38 na divulgação de intangíveis nas DFC dos grupos bancários analisados. Os resultados corroboram o postulado nas teorias dos *stakeholders*, da legitimidade e na teoria institucional de que as instituições bancárias em matéria de divulgação de ativos intangíveis demonstram, genericamente, a sua responsabilidade perante os interessados nessas informações, procurando também legitimar as suas melhores práticas perante a sociedade. A demonstração da aplicação da norma internacional dos ativos intangíveis é consequência da existência de isomorfismo coercivo, como resultado da obediência no cumprimento de exigências regulatórias de divulgação.

De uma forma geral, os resultados parecem revelar que, no que respeita a divulgações de intangíveis, os grupos bancários em Portugal aplicam genericamente as recomendações da IAS 38 do IASB. Os valores obtidos fazem supor ainda que os bancos tinham especial atenção a uma aproximação da divulgação aos padrões internacionais antes da plena adoção da norma nas suas contas consolidadas. Muito embora não tenhamos qualquer base teórica devidamente fundamentada, podemos atribuir a este resultado o papel da CMVM, a qual tem autoridade para supervisionar a emissão das DF das entidades com títulos admitidos à cotação em mercado regulamentado, assim como, uma monitorização ao trabalho dos auditores externos destas sociedades no âmbito do exercício da atividade de revisão/auditoria (artigo 11º da CVM). Também parece acontecer que, embora as entidades bancárias o tenham feito no âmbito da divulgação, no reconhecimento destes ativos não seguiram as orientações das normas internacionais antes da sua adoção em Portugal, ou seja, nesse período cumpriram as normas contabilísticas a que estavam sujeitas (normas do BdP). Isto comprova-se, nomeadamente, pelo elevado número de classes de ativos intangíveis reconhecidas antes de 2005 e a sua drástica redução com a adoção do normativo após 2005. O mesmo se verificou no reconhecimento do *goodwill* em capitais próprios, critério adotado porque permitido pelas Instruções do BdP, sendo a capitalização do *goodwill* apenas exercida a partir de 2005.

No que se refere aos fatores que determinaram a amplitude da divulgação de intangíveis, confirmou-se estatisticamente a influência da aplicação, em 2005, do normativo contabilístico do IASB nessa divulgação. Confirmou-se também que os bancos de maior dimensão, porque mais monitorizados pelas entidades supervisoras e fiscalizadoras, são os que mais se preocupam com a emissão de uma maior quantidade de informação, resultando numa divulgação de intangíveis significativamente superior nos maiores bancos. São igualmente estas entidades que têm um maior número de membros no seu conselho de administração. O resultado conjunto

destas duas variáveis confirma o reconhecido por Pfeffer (1972) de que a dimensão do conselho de administração está diretamente relacionada com a dimensão da organização, por ambas serem consequência da necessidade de lidar com as imposições e diversidades do ambiente externo da organização (confirmada a sua associação na tabela A.2 apresentada no apêndice V).

As variáveis económicas de rendibilidade e eficiência operativa apresentaram resultados pouco consensuais. Tais resultados poder-se-ão dever à grande oscilação que o setor bancário sentiu nos últimos anos nos indicadores económicos e financeiros e a grande discrepância entre as organizações nos resultados do seu desempenho, ou seja, nem sempre os maiores bancos são os mais eficientes e mais rentáveis, notando-se existirem, além das oscilações verificadas ao longo dos nove anos nestas variáveis, situações económicas drasticamente diferentes entre os bancos. O desiquilíbrio dos mercados financeiros agravou esta flutuação de resultados das instituições, essencialmente no seu indicador de rendibilidade, o qual sentiu mais acentuadamente as perturbações causadas pela crise financeira e económica internacional.

De salientar que a maior intensidade de valores de ativos intangíveis nas DFC das instituições, não significa uma maior divulgação desses intangíveis, mas pelo contrário, os bancos com maior intensidade de investimento em intangíveis foram os que divulgaram menos quantidade dessa informação. Este resultado revela que as instituições com maiores valores de intangíveis nos seus Balanços têm, provavelmente, esses valores concentrados em menos *itens* de divulgação, e, consequentemente, a quantidade da divulgação é menor. No entanto, a existência de maior diversidade de intangíveis, ou seja, o maior número de classes de intangíveis conduz a um maior nível de divulgação nessa informação.

De um modo geral, as teorias da agência, dos *stakeholders*, da legitimidade e a institucional justificam os resultados apresentados. As organizações de maior dimensão, com maior diversidade de classes de intangíveis e cuja dimensão do conselho de administração seja maior, divulgam mais informação de intangíveis nas suas DFC em consequência da existência de maiores responsabilidades económicas e sociais, refletidas nas necessidades de minimizar os custos de agência e de afirmação da sua posição e responsabilidade perante os *stakeholders*. A teoria institucional confere uma maior divulgação de informação em consequência da alteração do normativo contabilístico do IASB a partir de 1 de janeiro de 2005.

CAPÍTULO III - DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÃO SOBRE O CAPITAL INTELECTUAL NOS RELATÓRIOS ANUAIS E NAS PÁGINAS *WEB* DOS BANCOS EM PORTUGAL

A importância do capital intelectual é reconhecida por investigadores, profissionais e decisores políticos e a sua influência no desenvolvimento organizacional e no plano macroeconómico é um facto que não se contesta. O que falta é, sem dúvida, que essa importância se concretize da forma que o tema merece, ou seja, que haja transparência, rigor e uniformidade no seu reconhecimento, na mensuração e na divulgação de informação, pois as limitações ao seu reconhecimento e divulgação não se coadunam com a economia do conhecimento em que vivemos.

Neste capítulo pretendemos analisar as práticas de divulgação de informação voluntária sobre o capital intelectual pelos bancos em Portugal. Ao analisarmos a extensão e a incidência da divulgação voluntária do capital intelectual, procuraremos aferir da forma como o setor bancário português encara a transparência e a precisão na divulgação desta informação e, deste modo, contribuir para uma maior consciencialização da importância da emissão de relatórios do capital intelectual. Concluiremos sobre a transparência na divulgação voluntária do capital intelectual através da construção de indicadores de divulgação que reflitam os relacionamentos e as parcerias existentes nas organizações (Hwan-Yann *et al*., 2011), sendo, por isso, atributos que contribuem para que as mesmas adquiram sustentadas vantagens competitivas. Deste modo, associamos a transparência à maior quantidade de informação voluntária divulgada, assim como, à sua incidência nos vários canais de informação a apresentar ao mercado.

A construção do índice de divulgação baseado nos modelos *Intellectus* e *InCaS* (*made in Europe*), adaptado ao setor bancário, foi o ponto de partida desta investigação, a qual procura analisar a extensão da divulgação do capital intelectual, assim como, de cada um dos seus componentes ou categorias, concretamente, o capital humano, o capital estrutural e o capital relacional. A incidência da divulgação é obtida através de um exame particularizado aos indicadores, às variáveis, aos elementos e aos componentes do capital intelectual que constituem o índice contruído, assim como a comparação entre a divulgação realizada nos relatórios anuais e nas páginas *Web* das entidades bancárias. Por atendermos a esta abrangência de indicadores e de fontes de comunicação na análise à divulgação do capital intelectual, e também porque estas fontes de dados incluem informações não obrigatórias, designamos esta perspetiva de análise como divulgação voluntária.

Procuramos igualmente os fatores que poderão explicar a quantidade de informação voluntária do capital intelectual, divulgada pela população em estudo. A investigação a desenvolver para a concretização deste objetivo é conduzida separadamente para a informação constante nos relatórios anuais e nas páginas *Web*, assim como para cada um dos componentes do capital intelectual. Com base em teorias económicas e sociais, enquadraremos cinco variáveis independentes que potencialmente justificarão a divulgação de informação voluntária do capital intelectual neste setor em Portugal. A dimensão bancária, uma variável que representa

caraterísticas de governo da sociedade e as variáveis económico-financeiras mais relevantes deste setor: a eficiência operativa, a rendibilidade e a solvabilidade bancária, são as caraterísticas particulares das entidades que procuramos como potencialmente determinantes da divulgação de informação sobre o capital intelectual.

1 – Enquadramento do estudo

Com base na população dos bancos que em 2010 e 2011 operavam em Portugal, pretendemos, tal como Firer e Williams (2005), Striukova *et al.* (2008), Sousa (2009), Lee (2010) e Mention (2011), analisar as suas práticas de divulgação voluntária acerca do capital intelectual. Deste modo, nesta parte da investigação que desenvolvemos, procuramos analisar a extensão ou amplitude, a incidência e os fatores que determinam a divulgação do capital intelectual nos relatórios anuais individuais e nas páginas *Web* das instituições de crédito em Portugal. Esta análise atenderá à extensão da divulgação de informação sobre o capital intelectual como condição da quantidade e do significado que se pode extrair dessa divulgação (Guo *et al.*, 2004) por parte dos bancos em Portugal[159].

1.1 – Questões de investigação e objetivos do estudo

As questões de investigação que nos propomos analisar neste capítulo são:

- qual a extensão ou amplitude da divulgação voluntária do capital intelectual que os bancos que operam em Portugal apresentam nos seus relatórios anuais e nas suas páginas *Web*?
- qual dessas fontes (relatórios anuais ou páginas *Web*) as entidades adotam para a divulgação de informação voluntária sobre o capital intelectual?
- qual a incidência da divulgação de informação sobre o capital intelectual em função dos componentes do capital intelectual a que atendemos (capital humano, capital estrutural e capital relacional)?
- quais os determinantes da divulgação de informação voluntária sobre o capital intelectual nos relatórios anuais e páginas *Web*, efetuada pelos bancos que desenvolvem a sua atividade em Portugal?

[159] Uma análise ao nível, ao padrão e aos determinantes de divulgação do capital intelectual foi efetuada por Oliveira *et al*. (2010a). Zhang (2005) e Whiting e Miller (2008) analisaram a extensão e o tipo de divulgação do capital intelectual. Abeysekera (2007) e Guthrie *et al.* (2009) analisaram o padrão ou incidência da divulgação do capital intelectual e García-Meca e Martínez (2005) realizaram uma análise à extensão e à especificidade da divulgação do capital intelectual. Todas estas abordagens nos parecem atender aos mesmos objetivos, que são os que neste estudo procuramos dar resposta.

A extensão da divulgação de informação sobre o capital intelectual será, tal como no estudo de Guthrie *et al.* (2006), analisada de três perspetivas distintas mas, simultaneamente, complementares:

1. a extensão da divulgação em cada atributo (indicador);
2. a extensão da divulgação por componente (capital humano, capital estrutural e capital relacional);
3. o nível geral de divulgação.

A análise à incidência reflete o padrão da divulgação, ou seja, o estudo da especificidade da divulgação de cada um dos componentes, elementos, variáveis e indicadores do capital intelectual[160], assim como à divulgação nas fontes de informação que consideramos (relatórios anuais e páginas *Web*). Esta análise pretende contribuir para o entendimento do modo como estas entidades alcançam reconhecimento público por parte dos agentes interessados e uma legitimidade associada à sua existência na sociedade em geral.

1.2 – Descrição da população e recolha de dados

1.2.1 – Descrição da população

Para levar a cabo o trabalho de investigação, e dada a reduzida dimensão da indústria bancária em Portugal, identificamos o universo das instituições bancárias a operar neste país. A regra da seleção dos dados a analisar foi a apreciação (através da estruturação dos dados constantes da página *Web* do BdP[161]) dos bancos que apresentaram CAI de 2010 e, conjuntamente se verifique que possuem página *Web* ativa e autónoma em 2011. Tendo por base estes critérios de seleção, a nossa população ficou constituída por trinta e seis bancos que publicaram CAI de 2010, no entanto, quatro dos bancos não dispunham de *Website* ativo ou o mesmo não era autónomo, o que resultou na sua exclusão[162]. A população compõe-se, assim, de trinta e duas instituições bancárias. Compreende, por isso, todos os bancos que tinham publicado CAI do ano de 2010 e, simultaneamente possuíam *Website* ativo e autónomo em agosto de 2011.

A opção pela análise aos relatórios anuais individuais dos bancos (e não a consideração de relatórios em base consolidada) deveu-se à pretensão de analisar comparativamente a informação do capital intelectual que é divulgada nos relatórios anuais com a divulgação realizada nas páginas *Web*. O *Website* institucional destas entidades é um meio de divulgação dos bancos individualmente e não propriamente páginas *Web* dos grupos bancários, o que nos

[160] Os componentes, elementos, variáveis e indicadores são descritos no índice de divulgação detalhado à frente e apresentado no apêndice VIII.
[161] Selecionando na pesquisa o tipo de instituição: banco e o tipo de publicação a pesquisar: CAI.
[162] Foram excluídos o Banco de Investimento Imobiliário (BII) por ter página *Web* conjunta com o BCP; Banco Efisa e Banco Madesant por não possuírem *Website* ativo; Banco Português de Investimento (unidade que desenvolve o negócio de banca de investimento do grupo banco BPI) sem *Website* autónomo.

levou a considerar, para uma melhor comparabilidade relatórios anuais *vs* páginas *Web*, que deveríamos atender aos relatórios dos bancos em base individual.

A opção pela análise a relatórios anuais (e não outro tipo de publicação, nomeadamente relatórios trimestrais) justifica-se pela inserção de informações mais completas nos relatórios publicados com informações anuais.

Quadro 3.1 - População em estudo

Bancos			
1	Banco ActivoBank, SA	17	Banco Espírito Santo, SA
2	Banco BAI Europa, SA	18	Banco Espírito Santo dos Açores, SA
3	Banco BEST, SA	19	Banco Espírito Santo de Investimento, SA
4	Banco BIC Português, SA	20	Banco BPI, SA
5	Banco de Investimento Global, SA	21	BPN – Banco Português de Negócios, SA
6	Banco ITAÚ BBA International, SA	22	Caixa Banco de Investimento, SA
7	Banco L.J. Carregosa, SA	23	Banco BNP Paribas Personal Finance, SA
8	Banco Mais, SA	24	Caixa Geral de Depósitos, SA
9	Banco Popular Portugal, SA	25	Banco Credibom, SA
10	Banco Português de gestão, SA	26	Deutsch Bank (Portugal), SA
11	Banco Primus, SA	27	BANIF – Banco de Investimento, SA
12	Banco Privado Atlântico Europa, SA	28	Banco Finantia, SA
13	Banco Rural Europa, SA	29	Banco Invest, SA
14	BANIF – Banco Internacional do Funchal, SA	30	Banco Santander Consumer, SA
15	Banco Bilbao Vizcaya Argentária (Portugal), SA	31	Banco Santander Totta, SA
16	Banco Comercial Português, SA	32	Finibanco, SA

Fonte: elaboração própria.

A caraterização da população é efetuada, na análise empírica, através de estatísticas descritivas das variáveis a explicar (divulgação de informação sobre o capital intelectual), bem como, através das variáveis caraterizadoras da população em causa, a fim de se concluir acerca dos fatores que determinam essa divulgação.

1.2.2 – Recolha de dados nos relatórios anuais individuais

Os relatórios anuais individuais foram recolhidos tanto da página *Web* do BdP como da página *Web* de cada um dos bancos e, sempre que possível, as peças divulgadas foram confrontadas, dado que, os relatórios publicados na página *Web* de cada uma das instituições poderiam conter outras peças além das publicadas no *site* do BdP. Seria, assim, possível, a entidade dispor de relatórios nas suas páginas *Web* que não fosse obrigatória a sua publicação no *Website* do BdP, nomeadamente, o Relatório de sustentabilidade, o Relatório de governo da sociedade ou Códigos de conduta, quando publicados separadamente.

A análise dos relatórios anuais foi conduzida de modo a avaliar a extensão ou amplitude da divulgação de informação sobre o capital intelectual com base num índice pré-elaborado. Procurou verificar-se a existência (ou não) da informação que se pretendia reunir (abordagem mecanicista da análise de conteúdo). Ao recolher-se informações relacionadas com cada indicador constante do índice construído, era atribuída codificação numérica como resultado da existência de divulgação nesse contexto[163].

As peças constituintes dos relatórios anuais analisadas foram o Relatório de gestão; a mensagem do presidente (do conselho de administração e/ou presidente do conselho da comissão executiva, presidente do conselho geral e de supervisão, ou outros); o Anexo às DF; o Relatório de sustentabilidade (quando existente) ou Relatório de responsabilidade social corporativa; o Relatório de governo da sociedade (exigido para sociedades cotadas[164]) e Códigos de conduta. Todas as informações contidas nestes relatórios foram lidas e confrontadas com a adequação aos indicadores de divulgação que se pretendiam analisar. Apenas a leitura ao conteúdo do enquadramento macroeconómico, internacional e nacional, não foi considerada para efeitos de recolha de dados, visto não se tratar de informação diretamente relacionada com a instituição (e com o seu capital intelectual) mas com a economia em geral.

Na leitura e recolha de informação foi anotada a(s) página(s) onde tal informação estava inserida, assim como, algumas anotações que se revelariam pertinentes observar para que o critério se mantivesse homogéneo na leitura de todos os relatórios. Essencialmente nas situações pontuais em que pudesse haver dúvidas sobre a inclusão de determinado conteúdo nos indicadores de divulgação constantes do índice, o seu enquadramento era efetuado naquele que, na nossa perspetiva, faria mais sentido, sendo anotada essa opção para que o critério adotado fosse o mesmo em todos os relatórios. Nos casos em que a informação fosse repetida, ou seja, quando acerca do mesmo facto se revelasse informação em mais do que um ponto do relatório

[163]Categorização expressiva (categorias classificadoras de um contexto) (Bardin, 1996).
[164] Conforme esquema de Relatório sobre o governo da sociedade apresentado no anexo I do Regulamento da CMVM n.º 1/2010 (matéria já contemplada em recomendações anteriores).

anual, essa informação era apenas considerada uma vez. Não foi igualmente dada relevância à intensidade ou profundidade com que a informação era divulgada, a não ser que a explanação dessa informação respondesse a outros indicadores de divulgação. Não se procedeu também à codificação de figuras ou imagens que não continham dados que expressassem determinado acontecimento, no entanto, sempre que se mostrasse relevante, o texto a acompanhar a imagem ou a figura foi considerado para a análise. Os gráficos ou quadros que continham valores necessários à apreciação foram considerados nos casos em que tais valores correspondiam a algum indicador a recolher.

O estudo analisa a divulgação de informação voluntária compreendida nos relatórios anuais, mesmo que a recolha de dados se tenha efetuado no Anexo às DF. Neste caso, poder-se-ia considerar que tal informação, por estar baseada em requisitos normativos para justificar valores contidos nas DF, seria exigida pelo normativo contabilístico (obrigatória) e não informação voluntária. Consideramos, no entanto, tal como Guthrie *et al.* (1999), que uma análise conjunta de divulgação voluntária e divulgação obrigatória poderia obscurecer o foco desejado sobre as iniciativas tomadas pelas instituições na divulgação voluntária do capital intelectual. Ao mesmo tempo consideramos que, a exclusão da informação divulgada no Anexo, por ser informação que complementa a interpretação de valores constantes das DF, nos impediria de considerar uma análise abrangente e aprofundada aos relatórios anuais, dado o Anexo ser parte integrante desses relatórios. Acrescente-se ainda a circunstância de não existirem normas de divulgação do capital intelectual na forma que o concebemos, mas sim, normas de divulgação de elementos que, porque as regras contabilísticas assim o permitem, são reconhecidas nas DF das entidades e consequentemente explicitados os seus valores no Anexo. Consideramos, por isso, que a inclusão na análise das informações constantes no Anexo às DF não se revela inibidor ou perturbador das conclusões que possamos tirar acerca da divulgação voluntária do capital intelectual, mas sim facilitador no sentido em que todos os relatórios financeiros do banco que estejam publicados serão alvo de análise.

No estudo dos fatores que consideramos serem potencialmente determinantes da divulgação voluntária do capital intelectual, foram coletados dados das DF em base individual, sendo os mesmos valores considerados para efeito da análise aos determinantes da divulgação nos relatórios anuais e aos determinantes da divulgação nas páginas *Web.*

Para que fosse eliminada ao máximo possível a subjetividade na análise de conteúdo, os relatórios anuais foram lidos duas vezes com um intervalo de tempo de cerca de um mês. Tal leitura permitiu confirmar a codificação efetuada ou, em caso de dúvidas ou erros, acertar a codificação[165].

[165] Requisito de "estabilidade" para a fiabilidade da análise de conteúdo, segundo Krippendorff (1990).

Pretendemos, desta forma, analisar a extensão da divulgação do capital intelectual como revelador da quantidade ou extensão da informação divulgada, através da codificação da existência (ou não) de determinado atributo de divulgação (unidade de medida resultante do índice de divulgação construído), não se procurando a qualidade dessa mesma divulgação.

1.2.3 – Recolha de dados nas páginas *Web*

A leitura das páginas *Web* foi realizada imediatamente após a leitura dos relatórios anuais para que se obtivesse o máximo possível de homogeneidade no critério de codificação. Dada a possibilidade de alteração da informação, a análise às páginas *Web* foi efetuada de uma única vez. Optamos por concretizar essa leitura no mês de agosto, por ser, em Portugal, o mês em que tradicionalmente é gozado o principal período de férias. Por isso, uma leitura às páginas *Web* no referido mês pareceu-nos ser aquele em que se verificaria maior estabilidade na informação contida nas páginas *Web* (ou menor possibilidade de as mesmas serem alteradas).

Tal como nos relatórios anuais individuais, também nas páginas da *internet* não se codificou como informação as figuras ou imagens que não contivessem dados objetivos. Os gráficos ou quadros que incluíssem valores necessários à análise foram considerados nos casos em que tais valores correspondiam a algum indicador a recolher. Na análise às páginas *Web* foi tida em consideração apenas a informação contida no formato de navegador, não sendo atendidas as informações em documentos incluídos na página *Web* (sob a forma de *word, pdf, power point*, etc.) (Striukova *et al*., 2008). A procura de informações no *Website* procurou ser exaustiva e abarcar todos os caminhos que a página contivesse. Assim, após a primeira verificação de toda a página *Web*, foi procurado o mapa do *site* (desenho da página) e, através deste, todos os *Web browsers* foram de novo acedidos para uma confirmação de que todos tinham sido analisados.

Quadro 3.2 - Período de análise às páginas *Web* dos bancos

	Banco	Data acesso		Banco	Data acesso		Banco	Data acesso
1	ActivoBank	11/8/2011	12	B. Privado Atlântico	13/8/2011	23	Banco BNP Paribas	17/8/2011
2	BAI Europa	11/8/2011	13	Banco Rural	13/8/2011	24	CGD	17/8/2011
3	Banco BEST	11/8/2011	14	BANIF	13/8/2011	25	Banco Credibom	17/8/2011
4	Banco BIC	11/8/2011	15	BBVA (Portugal)	13/8/2011	26	Deutsch Bank (Pt)	18/8/2011
5	BIG	12/8/2011	16	BCP	13/8/2011	27	BANIF Investim.	18/8/2011
6	Banco ITAÚ	12/8/2011	17	BES	13/8/2011	28	Banco Finantia	18/8/2011
7	L.J. Carregosa	12/8/2011	18	BES Açores	16/8/2011	29	Banco Invest	18/8/2011
8	Banco Mais	12/8/2011	19	BES Investimento	16/8/2011	30	Santander Consumer	18/8/2011
9	Banco Popular	12/8/2011	20	BPI	16/8/2011	31	Santander Totta	18/8/2011
10	Banco P. Gestão	12/8/2011	21	BPN	17/8/2011	32	Finibanco	22/8/2011
11	Banco Primus	13/8/2011	22	Caixa banco Invest.	17/8/2011			

Fonte: elaboração própria.

1.3 – Modelo do estudo

O modelo sobre o qual definimos os parâmetros a analisar para aferir da divulgação voluntária do capital intelectual, foi construído com base nos modelos *Intellectus*, desenvolvido pelo CIC-IADE, e *InCaS* (*made in Europe*). A divulgação voluntária do capital intelectual exigiu também que desenvolvêssemos um quadro adaptado a um setor específico: o setor bancário.

Conforme refere Cabrita (2009) o modelo de medição (divulgação) deverá ser escolhido em função da compreensão dos elementos e do contexto em que a organização atua, ou seja, os indicadores usados para análise numa organização (setor), não são necessariamente os úteis para as outras organizações (setores), pelo que, esses indicadores deverão ser o mais específico possível para avaliar o conhecimento crítico à realização da estratégia de cada organização[166]. Com base nesta premissa e na especificidade do setor em causa, encontramos na estrutura do modelo *Intellectus* e em alguns conceitos e elementos do modelo *InCaS* (*made in Europe*) o suporte para alicerçar a nossa investigação. Consideramos que estes dois modelos apresentam caraterísticas de detalhe que poderão adaptar-se ao que pretendemos investigar. O modelo *Intellectus* surge de um grupo de trabalho criado no seio do Centro de Investigação sobre a Sociedade do Conhecimento do Parque Científico de Madrid (o *Forum do Conhecimento*

[166] Krippendorff (1990) refere que a maior especificação e detalhe dos indicadores reduz a subjetividade no processo de codificação da análise de conteúdo.

Intellectus). A origem dos seus membros (procedentes de áreas empresariais, institucionais e da ciência e tecnologia) permitiu que fosse criada uma comunidade de excelência no intercâmbio de conhecimentos sobre a gestão do capital intelectual e os processos geradores de valor na nova economia. Esta fusão de saberes fez desenvolver o modelo na realidade organizacional, tendo sido realizados estudos em várias instituições espanholas. O CIC-IADE publicou entre dezembro de 2001 e abril de 2005 um conjunto de oito documentos ("Documentos *Intellectus*") no sentido de difundir as contribuições do *Forum do Conhecimento Intellectus* e as investigações do Centro de Investigação no "desenvolvimento de modelos e melhores práticas na criação, medição e gestão do conhecimento e do talento e, no desenho e desenvolvimento de processos de aprendizagem organizacional"[167].

Uma análise ao modelo de medição do capital intelectual de entidades financeiras, elaborado pelo grupo de trabalho do modelo *Intellectus* para os bancos: Banco Bilbao Vizcaya Argentaria (2002); Banco Santander Central Hispano (2002); Caja Madrid (2002) e Bankinter (2001), apresentados no Documentos Intellectus n.º 4 (2003) do CIC-IADE, serviu de ponto de partida à construção do nosso índice de divulgação, permitindo-nos aferir das caraterísticas mais comuns dos indicadores aplicados ao setor bancário.

Em Portugal, o modelo *InCaS* está representado pela Associação Nacional das Pequenas e Médias Empresas para implementar uma orientação para avaliação das empresas através de uma "Declaração de capital intelectual" (*Intellectual Capital Statement - ICS*). Por se tratar de um projeto europeu recente e que se pretende que implemente no tecido empresarial português um modelo de declaração do capital intelectual, consideramos que poderá contribuir com os mais recentes desenvolvimentos neste âmbito. Além disso, foram igualmente desenvolvidos a nível europeu estudos de caso com a aplicação deste modelo, os quais poderão acrescentar valiosos contributos para a nossa investigação.

Seguidamente será apresentada uma visão sumária de cada um dos modelos que constituíram a base para a elaboração do índice de divulgação construído especificamente para o nosso estudo.

O modelo *Intellectus* foi levado a cabo para se desenvolver uma proposta inovadora, completa e operacional a nível internacional. Este modelo parte da revisão de modelos do capital intelectual anteriormente desenvolvidos, em especial o modelo *Intelect* (Euroforum)[168] e o modelo *Intangible Assets Monitor*, sendo os mesmos aperfeiçoados pelo CIC-IADE. O modelo *Intellectus*, tal como os modelos em que se baseou, distingue e define o capital intelectual como o conjunto de ativos de uma sociedade que, pese embora a sua não reflexão nas DF tradicionais,

[167] CIC-IADE, Documentos Intellectus n.º 1 (2001, p. 8).
[168] É o primeiro modelo espanhol de medição do capital intelectual. Este modelo associa o capital intelectual à estratégia da organização, sendo, por isso, um modelo flexível e aberto com uma visão sistémica dos dados e combina vários elementos entre si com a utilização de diferentes unidades de medida.

geram ou gerarão valor para a organização no futuro. O modelo considera que estes ativos intangíveis, invisíveis ou ocultos, compreendem três componentes genéricos do capital intelectual: capital humano, capital estrutural e capital relacional. Genericamente, o capital humano refere-se ao conhecimento (explícito ou tácito) possuído pelas pessoas e equipas dentro da organização. O capital estrutural é o conjunto de conhecimentos estruturados sob a forma de sistemas de informação e comunicação, tecnologia, processos e procedimentos. O capital relacional é o conjunto de relações que a organização mantém com os agentes que a rodeiam. Partindo dessas premissas, o modelo *Intellectus* introduziu um efeito dinâmico e flexível ao desagregar o capital estrutural em capital organizativo e capital tecnológico e o capital relacional em capital negócio e capital social[169]. Ao distinguir o capital organizativo do capital tecnológico, o modelo pretende separar os aspetos administrativos internos dos relacionados com o desenvolvimento de inovações tecnológicas incorporadas nos produtos e processos produtivos. O capital relacional aparece dividido em capital negócio e capital social para a separação das relações que a organização mantém com os principais agentes do processo de negócio (fornecedores, clientes, financiadores, acionistas, investidores, etc.), com os agentes sociais (administrações públicas, meios de comunicação, instituições de defesa do meio ambiente, etc.) (Hormiga Pérez *et al*., 2006). A razão desta decomposição é justificada pela própria evolução dos conceitos envolvidos e pela constatação da emergência de determinadas práticas, consideradas como relevantes e pioneiras nesta matéria. Assim, mostra-se relevante em organizações de determinada complexidade e dimensão a separação dos aspetos administrativos daqueles que são relacionados com inovação tecnológica[170]. Dada a heterogeneidade e complexidade do capital relacional, os criadores do modelo entenderam fazer sentido separar os agentes vinculados diretamente ao processo de negócio, das relações com agentes sociais[171].

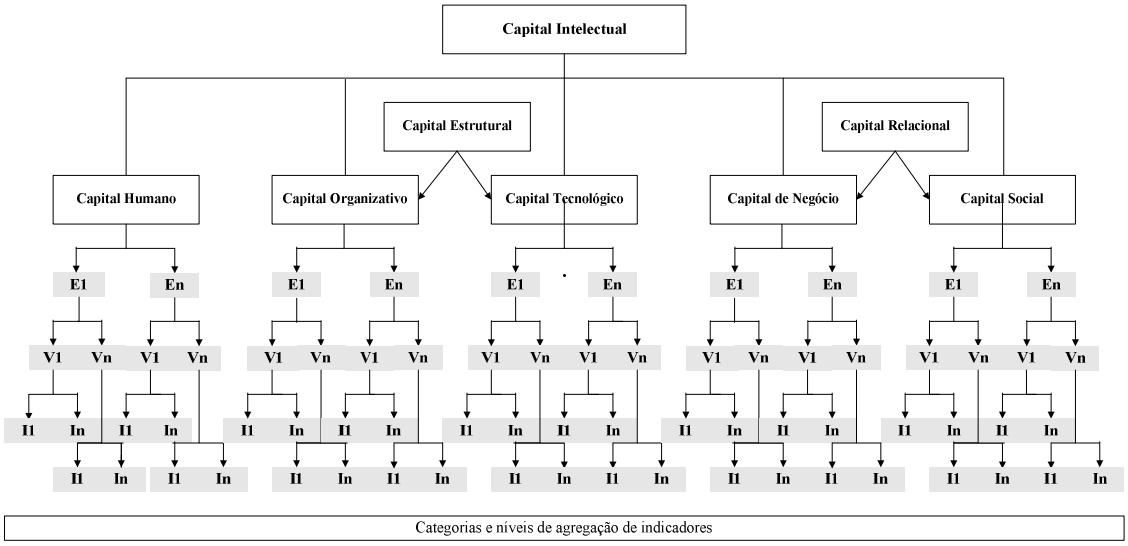
Segundo especificado pelos mentores do modelo, a sua estrutura parte de um desenvolvimento em árvore para clarificar as inter-relações entre os distintos ativos intangíveis da organização. A figura abaixo realça a estrutura base do modelo apresentado.

[169] Diferente da noção societária/contabilística, considerando, no nosso entender, ser mais clara a designação de "capital sociedade". Assim, na referência direta ao modelo manteremos a designação original de "capital social", no entanto, utilizaremos a designação de "capital sociedade" sempre que entendamos ser mais clara a utilização para explicitar o conceito.

[170] CIC-IADE, Documentos Intellectus n.º 5 (2003).

[171] Este modelo tem sofrido contribuições no sentido de acrescentar o capital cultural não só como um elemento autónomo, mas como elemento de coesão interna entre os diferentes conceitos de capital considerados (Sánchez-Cañizares *et al*., 2007).

Figura 3.1 - Modelo *Intellectus*

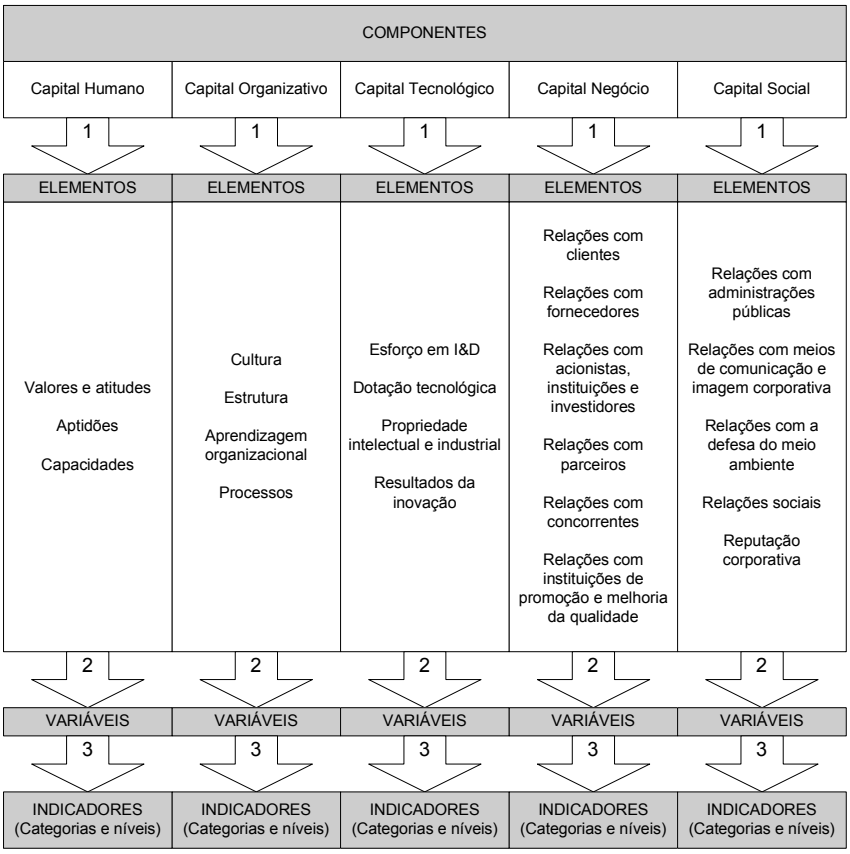


Fonte: CIC-IADE, Documentos Intellectus n.º 5 (2003, p. 34).

Pela esquematização do modelo anteriormente apresentado, podemos verificar que os componentes do capital intelectual constituem o agrupamento dos ativos intangíveis em função da sua natureza. Os elementos (E1…En) são grupos homogéneos de ativos intangíveis de cada um dos componentes do capital intelectual. As variáveis (V1…Vn) são ativos intangíveis integrantes de um elemento do capital intelectual e os indicadores (I1…In) são instrumentos de valorização dos ativos intangíveis das organizações, expressos em diferentes unidades de medida. Estes indicadores apresentam diferentes categorias e níveis de agregação informativa, sendo necessário definir uma série de princípios e recomendações, a partir das suas caraterísticas e finalidades, para que se alcance uma utilidade eficiente dos mesmos, permitindo que a gestão dos valores intelectuais seja a mais adequada à estratégia e interesses da organização globalmente considerada. Assim, a definição dos indicadores apresenta-se como uma tarefa fundamental para estabelecer a homogeneidade, simplicidade, objetividade e caráter estratégico dos mesmos[172].

[172] CIC-IADE, Documentos Intellectus n.º 5 (2003).

Figura 3.2 - Estrutura do Modelo *Intellectus*



Fonte: CIC-IADE, Documentos Intellectus n.º 5 (2003, p. 36).

Este modelo apresenta-se como[173]:

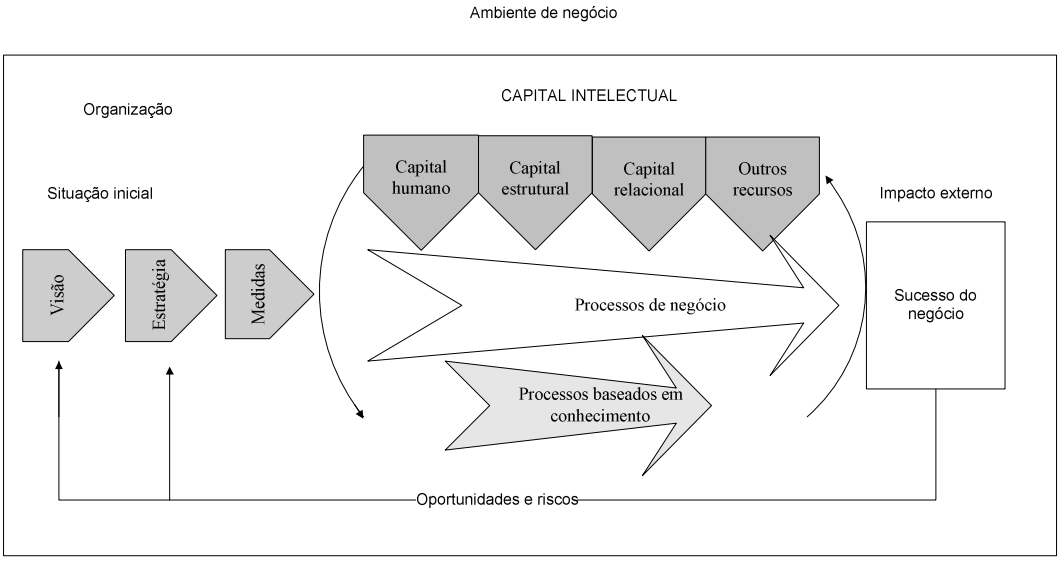
- sistémico (pela inter-relação entre os seus componentes);
- aberto (contempla um conjunto relações de negócios e sociais);
- dinâmico (pelo aspeto multiplicador do conhecimento que incorpora e que facilita a sustentabilidade das vantagens competitivas);
- flexível (porque pode ser adaptado a cada organização com níveis de agregação diferentes);
- adaptativo (porque flexível e se pode adaptar não só a organizações diferentes como a diferentes setores e indústrias); e,
- inovador (porque integra outros modelos e acrescenta iniciativas inovadoras).

O *InCaS (made in Europe*) é um projeto financiado pelo 6º Quadro Comunitário da UE (*EU 6th Framework Programme*) com o objetivo de, através do desenvolvimento de uma metodologia de gestão e reporte do capital intelectual, aumentar a competitividade e o potencial de inovação das pequenas e médias empresas (PME) europeias. O *InCaS (made in Europe*) pretende ajudar

[173] CIC-IADE, Documentos Intellectus n.º 5 (2003).

as organizações a identificar os recursos imateriais que determinam o seu sucesso e, se possível, avaliá-los e torná-los visíveis. Este projeto fornece ferramentas de gestão do conhecimento e técnicas que permitem às PME detetar o seu capital intelectual, para comunicar através de uma declaração do capital intelectual (tradução de *ICS*) e implementar medidas que promovam a sua melhoria e aplicação inovadora. Ou seja, permite apoiar as PME a identificar os pontos fortes e fracos do capital intelectual para melhorar os seus negócios e prepará-los para inovação e negócios futuros. Desta forma, esta metodologia pretende criar o *momentum* para se refletir sobre os fatores do capital intelectual que, atuando nos processos de negócio, conduzem ao desenvolvimento organizacional e a uma maior transparência, fruto de uma fácil comunicação dos valores organizacionais junto dos *stakeholders* (Cabrita, 2009).

Figura 3.3 - Estrutura do modelo *InCaS (made in Europe*)



Fonte: *InCaS (made in Europe)* (2006)[174].

Este modelo contempla os seguintes objetivos científicos e tecnológicos:

- integração e consolidação numa única abordagem de reporte a nível europeu;
- desenvolvimento de um quadro europeu consolidado para o *ICS* adaptado para as necessidades especiais das PME;
- facilitar a comparabilidade do *ICS* através do desenvolvimento de elementos específicos;
- desenvolvimento de requisitos mínimos para os *ICS* (*IC Benchmarking*);
- contribuições empíricas válidas e representativas para que se proceda à normalização dos *ICS*;

[174] (European ICS Guideline, *InCaS - Intellectual capital Statement* (*made in Europe*) em: http://www.incas-europe.org.).

- avaliações concetuais relevantes no impacto de *ICS;*
- simplificação de processos de implementação do *ICS* ajustado às necessidades das PME´s europeias;
- desenvolvimento de orientações práticas de implementação;
- desenvolvimento de ferramentas digitais de suporte ao processo de implementação do *ICS*;
- estabelecimento de uma base de dados central para agregar dados de *ICS* das PME para avaliação comparativa e científica (Mertins *et al*., 2006).

O *InCaS (made in Europe*) distingue igualmente o capital intelectual em três componentes: capital humano, capital estrutural e capital relacional. Segundo o modelo, o capital humano refere-se a fatores que consideram os trabalhadores da organização e a sua interação na organização (qualificação de pessoal, conhecimento, experiência, competências de liderança, habilidades sociais e motivação); o capital estrutural avalia os fatores relacionados com as estruturas organizacionais e processos, tais como a cultura corporativa, a comunicação interna, o desenvolvimento de novos produtos e processos e a inovação e, o capital relacional resulta de (boas) relações com os *stakeholders*, com parceiros de negócio, com investidores, clientes, etc.

Com base em documentos recolhidos sobre o *InCaS* (*made in Europe*)[175], os componentes do capital intelectual podem desagregar-se nos seguintes elementos:

✓ **Elementos do capital humano (*Human Capital* – HC)**

- HC1: Qualificações e experiência dos colaboradores;
- HC2: Liderança e competências sociais;
- HC3: Motivação dos colaboradores.

✓ **Elementos do capital estrutural (*Structural Capital* - SC)**

- SC1: Cultura corporativa;
- SC2: Organização e cooperação interna;
- SC3: Inovação nos produtos;
- SC4: Otimização e inovação nos processos;
- SC5: Armazenamento e transferência do conhecimento.

✓ **Elementos do capital relacional (*Relational Capital* - RC)**

- RC1: Relações com clientes, fornecedores e investidores;
- RC2: Aquisição de conhecimento e cooperação externa;
- RC3: Compromisso social e relações públicas.

[175] http://www.incas-europe.org

Com base nesta estrutura, o *ICS* pretende reforçar a competitividade e o potencial inovador das organizações europeias através da ação sistemática do capital intelectual, instituir um *ICS* como uma importante e valiosa ferramenta de gestão, permitindo a comparabilidade entre organizações e, integrar e consolidar a diversidade de experiências das organizações europeias num reporte do capital intelectual a nível europeu (Cabrita, 2009). É, por isso, um instrumento de gestão estratégica focado na descrição e desenvolvimento do capital intelectual de uma organização, onde se analisa a interdependência entre os objetivos organizacionais, o processo de negócio e o capital intelectual da organização, descrevendo esses elementos através de indicadores (Federal Ministry of Economics and Labour - Germany Guideline, 2004).

1.4 – Construção dos indicadores de divulgação

Em nenhum outro setor a construção de indicadores de divulgação se deverá aproximar mais das caraterísticas de transparência, confiabilidade e comparabilidade, definidas por Petty e Guthrie (1999), como no setor bancário.

Na elaboração do índice de divulgação do capital intelectual baseamo-nos nos modelos anteriormente apresentados, com adaptação à indústria bancária em Portugal. Com base num conjunto de indicadores gerais apresentados pelos modelos e reunidos os indicadores apresentados para os bancos que serviram de análise ao modelo *Intellectus* em Espanha, realizamos um teste piloto através da análise de conteúdo aos relatórios anuais dos quatro maiores bancos portugueses no ano de 2009[176]. O objetivo desta análise foi, além de uma adaptação da linguagem à especificidade do setor em Portugal (pela da procura de uma linguagem comum), analisar, através dos relatórios destes bancos, se existiriam *itens* ou atributos que, apesar de considerados no modelo, no nosso caso concreto não teriam qualquer divulgação, para que os mesmos fossem excluídos do índice inicialmente construído. Deste modo, partimos do princípio de que se os bancos maiores e mais expostos não divulgariam esses *itens*, em princípio, os mais pequenos e menos visíveis também não o fariam, pelo que, a inclusão de indicadores que não obteriam qualquer classificação iria prejudicar o índice global e as conclusões acerca da extensão da divulgação.

Apresentaremos uma análise detalhada a cada um dos componentes, elementos, variáveis e indicadores do capital intelectual, considerados no modelo construído e adaptados dos modelos *Intellectus* e *InCaS* (*made in Europe*).

[176] Os quais, em princípio, seriam os que mais divulgariam no universo das indústrias mais intensivas em conhecimento, não só por ser aquela que mais exposição tem perante os agentes interessados, mas porque a sua atividade afeta cada um dos indivíduos e a sociedade em geral.

Capital Humano (CH)

Segundo os modelos, o capital humano é, na maior parte das organizações, o ativo mais importante, já que gera o capital estrutural e o capital relacional da organização. Representa o valor dos conhecimentos e do talento das pessoas que compõem a organização e que, graças aos contratos laborais existentes (formais e explícitos) e psicossociais (informais e implícitos), se dinamizam para criar determinados intangíveis, os quais podem ser expressos por valores, atitudes, aptidões e capacidades.

O índice do capital humano é composto por três elementos: CH1 – competências profissionais; CH2 – competências sociais e CH3 - motivação. A base destes elementos foi recolhida do modelo *InCaS* (*made in Europe*), os quais genericamente se identificam como:

- competências profissionais (CH1) são as habilidades obtidas dentro da organização ou na carreira do colaborador, nomeadamente a formação profissional obtida, a educação superior, cursos e seminários de formação, assim como a experiência obtida no trabalho.
- competências sociais (CH2) são as capacidades de conviver com pessoas, comunicar e discutir de forma construtiva, alimentando um tipo de comportamento que enaltece a confiança e que permite uma cooperação amena e descontraída. É também a capacidade de aprender a gestão autoconsciente de críticas, bem como a criatividade e a flexibilidade dos colaboradores individualmente considerados.
- motivação (CH3) refere-se à sensação de se sentir parte da organização, assumir responsabilidades, comprometer-se com a realização de tarefas, assim como o desejo e a vontade de trocar conhecimentos (satisfação com o trabalho, identificação com a organização, sentido de participação na concretização da organização).

Dentro destes elementos, foram criadas variáveis (e dentro destas foram definidos indicadores) que entendemos serem as que melhor definem o capital humano no setor em estudo.

- **CH1 – Competências profissionais**

- CH1.1 – Colaboradores qualificados – com esta variável procuramos analisar indicadores de divulgação das qualificações dos colaboradores da organização.
- CH1.2 – Formação contínua – esta variável reúne indicadores relacionados com as ações de formação promovidas pela instituição.
- CH1.3 – Contrato – esta variável pretende analisar indicadores de divulgação da situação contratual dos colaboradores da organização.

- **CH2 – Competências sociais**

- CH2.1 – Atividades socioculturais – uma única variável serviu para analisar, no âmbito das competências sociais, indicadores de capacidades socioculturais dos colaboradores da organização.

- **CH3 – Motivação**

- CH3.1 – Promoções e incentivos – esta variável contempla cinco indicadores relacionados com o mérito e o desempenho dos colaboradores da organização;
- CH3.2 – Estabilidade – variável que pretende identificar a situação de estabilidade ou permanência na organização.

Os indicadores de capital humano devem contemplar o presente e o futuro. O presente representa a descrição e tipologia de pessoal; a motivação, satisfação, compromisso dos colaboradores e as suas competências. O futuro (desenvolvimento do capital humano) representa as capacidades de aprendizagem da equipa e a capacidade de integração de novas pessoas[177].

Uma análise aos elementos, variáveis e indicadores de capital humano que foram considerados no estudo é apresentado no quadro abaixo.

Quadro 3.3 – Elementos, variáveis e indicadores do capital humano

Elementos CH (3)	Variáveis (6)	Indicadores de divulgação (21):
CH1 - Competências profissionais	CH1.1 – Colaboradores qualificados	CH1.1.1 – N.º de colaboradores por categoria de qualificação CH1.1.2 – N.º de colaboradores por habilitação literária CH1.1.3 – N.º de colaboradores qualificados por escalão salarial
	CH1.2 - Formação contínua	CH1.2.1 – N.º de horas de ações de formação CH1.2.2 – Âmbito das ações de formação realizadas CH1.2.3 – N.º de colaboradores em ações de formação
	CH1.3 - Contrato	CH1.3.1 – N.º de admissões por competências CH1.3.2 – N.º de colaboradores com contrato de trabalho dependente CH1.3.3 – N.º de colaboradores em regime de trabalho a tempo parcial CH1.3.4 – N.º de colaboradores em regime de estágio
CH2 – Competências sociais	CH2.1 – Atividades socioculturais	CH2.1.1 – Atividades socioculturais internas CH2.1.2 – Atividades socioculturais envolvendo a sociedade civil
CH3 - Motivação	CH3.1 – Promoções e incentivos	CH3.1.1 – N.º de colaboradores promovidos no âmbito regional, nacional, internacional CH3.1.2 – Benefícios e recompensas assegurados aos colaboradores da instituição CH3.1.3 – Planos de incentivo para atração e retenção de inovação e talento CH3.1.4 – Planos de pagamento de remuneração variável CH3.1.5 – Planos de estudo da satisfação dos colaboradores (inquéritos de motivação)
	CH3.2 – Estabilidade	CH3.2.1 – Taxa de rotatividade na organização CH3.2.2 – Taxa de absentismo CH3.2.3 – Idade média dos colaboradores CH3.2.4 - Identificação dos colaboradores por faixa etária

Fonte: elaboração própria a partir dos modelos *Intellectus* e *InCaS* (*made in Europe*).

Capital Estrutural (CE)

O capital estrutural representa o valor dos conhecimentos existentes, derivados do processo de ação, que são propriedade da organização e que geram conhecimento que se concretiza num conjunto de valores organizacionais, rotinas, processos, desenvolvimentos tecnológicos que constituem o saber e o saber fazer coletivo.

[177] CIC-IADE, Documentos Intellectus n.º 3 (2002).

O capital estrutural é igualmente composto por três elementos, os quais, baseados no modelo *InCaS* (*made in Europe*), se definem como se segue:

- cultura corporativa (CE1) compreende o cumprimento das normas e valores que influenciam as interações coletivas, a transferência do conhecimento e a forma de trabalhar (conformidade com regras, códigos de conduta, melhores práticas, avaliação de desempenho).
- cooperação interna e transferência do conhecimento (CE2) refere-se à maneira como os colaboradores, as unidades organizativas e os diferentes níveis hierárquicos trocam informação e cooperam entre eles.
- tecnologias da informação e conhecimento explícito (CE3) refere-se ao ambiente de trabalho em termos de tecnologias, incluindo todos os elementos e as formas de conhecimento explícito (sistemas operativos e técnicos, redes, aplicações de *internet* e *softwares*, incluindo o seu conteúdo).

Dentro destes elementos foram criadas variáveis que incluem os indicadores de divulgação do capital estrutural. Desta forma, consideramos as seguintes variáveis e indicadores para medir a extensão da divulgação do capital estrutural:

✓ **Capital organizativo**

➢ **CE1 – Cultura corporativa**

- CE1.1 – Missão e objetivos estratégicos – esta variável contempla indicadores de divulgação da estratégia e da sua composição na instituição.
- CE1.2 – Objetivos operacionais – variável que inclui indicadores relacionados com a operacionalização dos objetivos pré-estabelecidos.
- CE1.3 – Investigação e desenvolvimento – esta variável inclui indicadores específicos da divulgação de informação sobre dispêndios em I&D existentes na instituição.
- CE1.4 – Reconhecimento – variável que reúne indicadores de reconhecimentos formais assegurados à instituição pelas diversas organizações profissionais ou civis, assim como a quota de mercado que a instituição detém no âmbito da sua atividade.

➢ **Cooperação interna e transferência do conhecimento**

- CE2.1 - Trabalho em equipa e cooperação intradepartamentos – esta variável reúne indicadores que analisam as capacidades de trabalho em equipa, a liderança e a flexibilidade laboral dentro da organização.
- CE2.2 – Partilha de conhecimento tácito – os indicadores que se pretendem analisar nesta variável estão associados com formas lúdicas de partilhar e gerir o conhecimento dentro da organização.

- ✓ **Capital tecnológico**

- ➢ **Tecnologias da informação e conhecimento explícito**

- CE3.1 – Sistemas internos de comunicação e controlo – esta variável analisa indicadores relacionados com os sistemas que a organização possui para a comunicação e controlo interno.
- CE3.2 – Sistemas internos de armazenamento – nesta variável pretende-se analisar indicadores relacionados com as tecnologias de armazenamento da informação existente.
- CE3.3 – Avaliação da qualidade – esta variável agrega indicadores de qualidade do produto/serviço da organização.

O capital tecnológico é aquele em virtude do qual a organização adquire, gera, desenvolve, integra, transfere e conserva (ou abandona) os recursos e capacidades tecnológicas que, segundo as caraterísticas da indústria e da própria organização, se consideram (ou não) necessários à criação de valor no tempo. É, por isso, um fluxo com caráter dinâmico, contínuo e cumulativo de conhecimento tecnológico[178]. O capital tecnológico representa o futuro através da forte componente de inovação que integra. O quadro apresentado abaixo reúne os elementos, variáveis e indicadores do capital estrutural que foram considerados no presente estudo.

Quadro 3.4 – Elementos, variáveis e indicadores do capital estrutural

	Elementos CE (3)	Variáveis (9)	Indicadores de divulgação (24):
Capital Organizativo	CE1 – Cultura corporativa	CE1.1 – Missão e objetivos estratégicos	CE1.1.1 - Divulgação da missão e objetivos estratégicos CE1.1.2 – Descrição da estrutura funcional da organização CE1.1.3 – Processos das melhores práticas existentes CE1.1.4 – Existência de códigos de conduta, declarações de princípios ou de missão
		CE1.2 – Objetivos operacionais	CE1.2.1 - Definição de sistemas de gestão por objetivos CE1.2.2 – Existência de sistemas de avaliação de desempenho CE1.2.3 - Informação acerca dos indicadores de desempenho
		CE1.3 – Investigação e desenvolvimento	CE1.3.1 – Despesas com Investigação e Desenvolvimento CE1.3.2 – Projetos existentes de Investigação e Desenvolvimento
		CE1.4 – Reconhecimento	CE1.4.1 - Descrição do âmbito dos prémios recebidos e reconhecimentos formais CE1.4.2 – Quota de mercado
	CE2 – Cooperação interna e transferência de conhecimento	CE2.1 – Trabalho em equipa e cooperação intradepartamentos	CE2.1.1 – N.º de projetos que foram realizados em equipa CE2.1.2 – Programas e taxa de mobilidade interna e flexibilidade laboral CE2.1.3 – Planos de gestão de competências e desenvolvimento de liderança
		CE2.2 – Partilha de conhecimento tácito	CE2.2.1 – Atividades informais de partilha de conhecimento CE2.2.2 – Projetos lúdicos relacionados com a gestão do conhecimento
Tecnológico	CE3 – Tecnologias da informação e conhecimento explícito	CE3.1 – Sistemas internos de comunicação e controlo	CE3.1.1 – Canais de comunicação interna existentes CE3.1.2 – Canais de comunicação externa existentes CE3.1.3 – Sistemas de auditoria e controlo interno
		CE3.2 – Sistemas internos de armazenamento	CE3.2.1 – Tecnologias de informação e comunicação existentes CE3.2.2 – TIC a ser aplicadas ou em desenvolvimento
		CE3.3 – Avaliação da qualidade	CE3.3.1 – Certificações obtidas CE3.3.2 – Metodologias e resultados de avaliação interna da qualidade do produto / serviço CE3.3.3 – Resultados da avaliação externa da qualidade do produto / serviço

Fonte: elaboração própria a partir dos modelos *Intellectus* e *InCaS* (*made in Europe*).

[178] CIC-IADE, Documentos Intellectus n.º 1 (2001).

Capital Relacional (CR)

O capital relacional representa o valor dos conhecimentos que se incorporam nas pessoas e na organização através de relacionamentos com os agentes de mercado e com a sociedade em geral. Estes conhecimentos manifestam-se numa série de ativos intelectuais de grande valor na economia atual e numa sociedade em rede.

Os elementos do capital relacional definem-se como uma série de relações com agentes de negócio e sociais[179]:

- relações com clientes (CR1) referem-se a atividades de vendas e *marketing* com clientes antigos, atuais e potenciais que representem oportunidades para que a organização atinja os seus objetivos estratégicos.
- relações com investidores (CR2) refletem as relações estabelecidas com as entidades interessadas em aplicar recursos.
- relações com outros *stakeholders* (CR3) referem-se a relações com associações profissionais, associações ambientais e sociais.

Estes elementos contemplam variáveis que reúnem indicadores que servem para medir a extensão da divulgação de capital relacional.

✓ **Capital de negócio**

CR1 – Relações com clientes

- CR1.1 – Acessibilidade e apoio ao cliente – esta variável com quatro indicadores de medição da extensão de divulgação, analisa a facilidade de acesso aos produtos/serviços da organização por parte dos clientes.
- CR1.2 – Relações do Grupo – variável que inclui indicadores ligados às relações dos clientes com outras entidades que compõem o grupo bancário.
- CR1.3 – Satisfação do cliente – esta variável analisa indicadores que evidenciam a satisfação do cliente com a instituição.

➢ **CR2 – Relações com os investidores**

- CR2.1 – Informação voltada para o futuro – variável que analisa indicadores de informação acerca de atividades e possibilidades futuras.
- CR2.2 – Relevo do investidor – esta variável destaca indicadores associados às ligações que a instituição mantém com os investidores.

[179] O agente é um conceito cuja finalidade é integrar determinados elementos intangíveis dentro de um mesmo grupo de interesse para a empresa na relação com a sua envolvente (CIC-IADE, Documentos Intellectus n.º 2, 2002).

- ✓ **Capital sociedade**

- ➢ **CR3 - Relações com outros *stakeholders***

- CR3.1 - Ações de âmbito social e ambiental – variável que analisa indicadores de atividades no âmbito da responsabilidade social e ambiental.
- CR3.2 – Protocolos e parcerias com outros organismos – variável que analisa indicadores de parcerias que a instituição mantém.
- CR3.3 – Outros *stakeholders* - esta variável contempla relações com outros *stakeholders* que não os contemplados nas variáveis anteriores.

O quadro apresentado abaixo descreve detalhadamente os elementos, as variáveis e os indicadores do capital relacional que foram utilizados no estudo.

Quadro 3.5 – Elementos, variáveis e indicadores do capital relacional

	Elementos CR (3)	Variáveis (8)	Indicadores de divulgação (21):
Capital de negócio	CR1 – Relações com clientes	CR1.1 – Acessibilidade e apoio ao cliente	CR1.1.1 – N.º de balcões / agências e sua localização CR1.1.2 – Canais de atendimento *online* CR1.1.3 – Outros canais de comunicação e atendimento CR1.1.4 - Soluções de produtos / serviços ao cliente
		CR1.2 – Relações do Grupo	CR1.2.1 - Países onde opera o Grupo CR1.2.2 – Oferta de produtos de empresas do Grupo CR1.2.3 - Alianças estratégicas do Grupo
		CR1.3 – Satisfação do cliente	CR1.3.1 – N.º de clientes CR1.3.2 – Informação acerca de sistemas de tratamento de sugestões e reclamações CR1.3.3 – Processos de medição da satisfação do cliente
	CR2 – Relações com investidores	CR2.1 – Informação voltada para o futuro	CR 2.1.1 - Informação sobre crescimento da organização CR 2.1.2 - Informação acerca de projetos futuros
		CR2.2 – Relevo do investidor	CR2.2.1 - Informação acerca de redes de apoio ao investidor CR2.2.2 - Informação acerca da relação com o investidor
Sociedade	CR3 – Relações com outros *stakeholders*	CR3.1 – Ações de âmbito social e ambiental	CR3.1.1 - Identificação das organizações e forma de relacionamento CR3.1.2 – Atividades de responsabilidade social e defesa dos direitos humanos CR3.1.3 – Compromissos assumidos com boas práticas ambientais e energéticas
		CR3.2 – Protocolos e parcerias com outros organismos	CR3.2.1 - Descrição dos organismos com quem mantém parcerias CR3.2.2 – Forma de parceria desenvolvida ou a desenvolver
		CR3.3 – Outros *stakeholders*	CR3.3.1 - Identificação dos *stakeholders* CR3.3.2 – Formas de comunicação e relacionamento

Fonte: elaboração própria a partir dos modelos *Intellectus* e *InCaS* (*made in Europe*).

O índice geral de divulgação do capital intelectual é apresentado no apêndice VIII e agrega os índices de divulgação de cada um dos componentes do capital intelectual: capital humano, capital estrutural e capital relacional.

1.5 – Variáveis

Apresentam-se de seguida as variáveis dependentes consideradas neste estudo, assim como a descrição das variáveis independentes que consideramos serem as que mais poderão relevar no estudo à divulgação voluntária do capital intelectual no setor bancário em Portugal.

1.5.1 – Variáveis dependentes

Com base nos objetivos definidos para a presente investigação, definimos como variáveis a explicar a extensão da divulgação voluntária do capital intelectual, assim como a extensão da divulgação de cada um dos seus componentes. Construímos um índice de divulgação geral do capital intelectual (apêndice VIII), o qual agrega índices de divulgação de cada um dos componentes do capital intelectual: índice de divulgação do capital humano, índice de divulgação do capital estrutural e índice de divulgação do capital relacional.

Quadro 3.6 – Índices de divulgação do capital intelectual, do capital humano, do capital estrutural e do capital relacional

Proxy	Descrição	Mensuração
CI	Índice de divulgação do Capital Intelectual	Índice de divulgação composto por 66 indicadores. Utilização do critério dicotómico: 0 - não divulga; 1 – divulga. O índice de divulgação do capital intelectual é resultado da equação: ∑itens divulgados (1) / 66
CH	Índice de divulgação do Capital Humano	Índice de divulgação composto por 21 indicadores. Utilização do critério dicotómico: 0 - não divulga; 1 – divulga. O índice de divulgação do capital humano é resultado da equação: ∑itens divulgados (1) / 21
CE	Índice de divulgação do Capital Estrutural	Índice de divulgação composto por 24 indicadores. Utilização do critério dicotómico: 0 - não divulga; 1 – divulga. O índice de divulgação do capital estrutural é resultado da equação: ∑itens divulgados (1) / 24
CR	Índice de divulgação do Capital Relacional	Índice de divulgação composto por 21 indicadores. Utilização do critério dicotómico: 0 - não divulga; 1 – divulga. O índice de divulgação do capital relacional é resultado da equação: ∑itens divulgados (1) / 21

Fonte: elaboração própria.

Cada uma das variáveis em estudo é medida através de um índice de divulgação que resulta da utilização do critério dicotómico em que é atribuído um ponto no caso de ser apresentada informação acerca do indicador em estudo e zero se o indicador não for divulgado. O índice é resultado da soma dos *itens* divulgados (pontuação 1) sobre a totalidade dos indicadores que compõem esse índice. Optamos por não atribuir ponderações a cada um dos indicadores porque essa opção significaria uma atribuição de diferente importância aos atributos, o que provocaria uma análise subjetiva.

1.5.2 - Variáveis independentes

Para analisarmos quais os fatores que potencialmente determinarão a divulgação voluntária do capital intelectual, definimos um conjunto de variáveis explicativas. Consideramos que a inclusão de caraterísticas económicas específicas do setor enriquece a investigação quando está em análise uma reduzida dimensão da população, pois por esta ser reduzida, as caraterísticas económicas subjacentes poderão ajudar a conhecer melhor o comportamento da população em estudo. Com base nesta premissa e à luz das teorias da agência, dos *stakeholders*, da sinalização

e da legitimidade, consideramos as variáveis independentes (ou caraterísticas específicas) constantes do quadro abaixo como geradoras da extensão da divulgação voluntária do capital intelectual. Salientamos que as variáveis descritas no enquadramento da pesquisa realizada no capítulo anterior e que se aplicam igualmente no âmbito deste estudo, não serão detalhadas neste capítulo, reportando-nos ao seu enquadramento anteriormente efetuado.

Quadro 3.7 – Variáveis independentes

Variáveis / Atributos	*Proxy* e forma de determinação
Fator: **Dimensão DIM**	**ATV** = Logaritmo do valor do ativo líquido da entidade **COL** = Logaritmo do número de colaboradores **PUB** = Logaritmo do valor dos gastos em publicidade **ACS** = Logaritmo do número de ações que compõem o capital social da entidade **ANT –** Idade da instituição em 2011
Fator: **Governo da sociedade GSOC**	**DCON -** Número de administradores no conselho de administração **REM –** Logaritmo do valor das remunerações pagas aos membros do conselho de administração e fiscalização em 2010
Fator: **Rendibilidade REND**	**ROA –** Resultado líquido / ativo x100 **ROE –** Resultado líquido / capitais próprios x100
Fator: **Eficiência operativa EFI**	**CTI -** Gastos de estrutura / produto bancário x 100 **GCP** – Gastos com o pessoal / produto bancário x 100
Solvabilidade TIER 1	**TIER1** = Fundos próprios de base / (requisitos de fundos próprios x 12,5) x 100 (segundo o Aviso n.º 16/2004 do BdP)

Fonte: elaboração própria.

Dimensão

A variável dimensão contempla cinco variáveis inicialmente consideradas[180]:

- ATV – Logaritmo do valor do ativo líquido da entidade;
- COL – Logaritmo do número de colaboradores;
- PUB – Logaritmo do valor dos gastos em publicidade;
- ACS – Logaritmo do número de ações que compõem o capital social da entidade;
- ANT – Idade da instituição em 2011[181].

[180] As variáveis ATV, COL e ACS foram desenvolvidas no capítulo anterior.
[181] Foi considerado o ano de 2011 na determinação da idade da instituição por ser o ano mais recente no estudo (ano de análise das páginas *Web*).

A variável de gastos em publicidade foi incluída por considerarmos que, tratando-se da divulgação voluntária do capital intelectual nos relatórios anuais e nas páginas *Web* dos bancos, tal divulgação pode estar associada a uma maior atenção dada à imagem que a instituição tem no mercado, podendo ser representada pelo investimento em publicidade. Davey *et al.* (2009) consideram que a existência de fatores intangíveis no capital de *marketing* se reflete na extensão e natureza das divulgações do capital intelectual. Da mesma forma, consideramos que sendo as instituições bancárias demasiado expostas ao escrutínio do mercado e sendo a confiança nessas instituições um dos fatores de avaliação na imensa oferta financeira existente, a publicidade será a forma mais comum de atrair clientes e manter a imagem de credibilidade e confiança.

A antiguidade das organizações financeiras foi considerada como fator de estabilidade e segurança. As organizações existentes há mais anos serão potencialmente as mais sólidas e as que mais estáveis relações mantêm com os seus clientes e parceiros de negócio (Zhang, 2005). Em estudos de divulgação do capital intelectual, a variável antiguidade foi considerada como *proxy* do risco da organização, assumindo que as empresas mais antigas são mais sólidas e menos vulneráveis ao risco pela maior experiência na confrontação com adversidades (Bukh *et al*., 2005; Cordazzo, 2007; White *et al*., 2007 e Rimmel *et al.*, 2009). No entanto, ao ser considerado o fator idade da organização em estudos de divulgação do capital intelectual em prospetos IPO, constatou-se que as organizações mais novas são, geralmente, as que efetuam maior divulgação de informação não financeira e de informação sobre perspetivas futuras como forma de sinalizar ao mercado o seu real valor, melhorar a perceção dos investidores e reduzir o seu custo de capital (Bukh *et al*., 2005; Cordazzo, 2007; Sonnier *et al.* 2009 e Rashid *et al*., 2012).

Segundo Bukh *et al*. (2005) as variáveis idade e dimensão poderão estar associadas, pois ambas são *proxies* para a possibilidade da empresa não sobreviver, ou seja, a idade prende-se com a história da organização e a dimensão com o facto de comprovar a sua massa crítica para a sobrevivência num ambiente de concorrência feroz ao longo do tempo.

Governo da sociedade

Além da dimensão do conselho de administração (caraterística já desenvolvida no capítulo anterior), consideramos como componente do governo da sociedade a remuneração paga aos órgãos de gestão e fiscalização. Segundo os princípios da Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Económico (OCDE) sobre o governo das sociedades (2004), para os acionistas, as informações sobre a remuneração dos membros do órgão de administração e dos gestores são de extrema relevância, considerando também que se reveste de especial interesse a

ligação entre remuneração e desempenho da organização[182]. No mesmo documento (p. 54) é sugerido também que "as empresas divulguem informações sobre a remuneração dos membros do órgão de administração e dos principais executivos, para que os investidores possam avaliar, em função do desempenho da empresa, os custos e benefícios dos planos de remuneração e as contribuições para regimes de incentivos, tais como planos de atribuição de opções para a aquisição de ações (*stock options*). A divulgação a título individual (incluindo as disposições sobre rescisão de contratos e reforma) é cada vez mais encarada como boa prática, tendo-se tornado obrigatória em vários países. Nestes casos, algumas jurisdições apelam à divulgação da remuneração de um determinado número de executivos com os salários mais elevados, ao passo que, em outras, essa divulgação restringe-se a cargos específicos". A importância atribuída a medidas de governo da sociedade requer, num contexto de crise económica e financeira, atenção por parte de organismos de regulamentação ao assumir o debate sobre o contributo de práticas de governo empresarial como causa da crise (Regulamento da CMVM n.º 1/2010).

Fama e Jensen (1983) e Bathala e Rao (1995) defendem a adoção de vários e não apenas de um dos mecanismos organizacionais para minimizar os custos de agência, pois diferentes mecanismos controlam diversos aspetos e melhoram a gestão do alinhamento dos interesses, minimizando os conflitos de agência. A existência de diversos mecanismos de governo da sociedade é uma maneira de entender melhor o funcionamento interno de uma organização, reduzindo a assimetria da informação e permitindo uma maior transparência nos processos de decisão e de controlo.

Em estudos de divulgação voluntária do capital intelectual, diferentes medidas de governo da sociedade manifestaram-se significativas, nomeadamente nas pesquisas de Firer e Williams (2005) que concluíram que as empresas com altos quadros diretivos (diretores executivos) têm menor propensão à divulgação voluntária do capital intelectual. Cerbioni e Parbonetti (2007) confirmaram a existência de uma associação positiva entre a existência de uma maioria de membros independentes nas comissões e a quantidade e qualidade da divulgação do capital intelectual. Taliyang e Jusop (2011) analisaram a influência de quatro variáveis de governo da sociedade na divulgação do capital intelectual nos relatórios anuais, tendo encontrado uma significativa influência apenas da frequência de reuniões de auditoria.

Solvabilidade[183]

A crise financeira iniciada nos EUA em 2007, consequência da crise dos créditos hipotecários, chegou rapidamente a Portugal sob a forma de falta de liquidez na economia e dificuldades de

[182] Sobre a obrigatoriedade de divulgação da política de remuneração dos membros dos órgãos de administração e de fiscalização nas sociedades do setor financeiro, ver Lei n.º 28/2009 de 19 de Junho.
[183] As variáveis económicas de rendibilidade e eficiência operativa foram enquadradas no âmbito do estudo realizado no capítulo anterior, pelo que não se realizará a sua exposição neste ponto.

acesso ao mercado interbancário (agravado pelo risco do país). Os testes de resiliência a que foram sujeitos os bancos portugueses resultaram numa falta de solvabilidade, refletida numa diminuição de fundos próprios[184]. As imposições colocadas à banca portuguesa, no âmbito da ajuda externa concedida pelo FMI, BCE e UE[185] pelo programa de assistência financeira EU/FMI (2011-2014), são a de estabilidade do indicador de solvabilidade e a desalavancagem financeira. Estas medidas têm-se traduzido numa situação de restrição na concessão de crédito, restrição na distribuição de dividendos[186] e redução da rácio de transformação[187]. Assim, o objetivo é o aumento da rácio de solvabilidade pelo reforço dos fundos próprios de modo a recuperar a confiança dos mercados internacionais.

A rácio *Tier 1* é uma forma encontrada pelo Comité de Basileia I e II para medir a saúde financeira de um banco, através da categorização dos elementos de capital próprio dos bancos de acordo com a qualidade e capacidade de absorção de perdas de capital imprevistas (tal como desenvolvido no capítulo I da presente investigação). Esta rácio é igualmente uma das medidas de solvabilidade imposta pelo BdP às instituições financeiras que supervisiona[188]. Basicamente, a rácio *Tier 1* mede a estabilidade financeira e sustentabilidade de um banco. Esta rácio, que indica se o capital está adequado à atividade do banco, expressa-se pela fração dos fundos próprios de base (que integram elementos com caráter de maior permanência[189]) e os requisitos de fundos próprios para risco de crédito (ou ativos ponderados pelo risco). A adequação de capital reflete-se na verificação de que uma entidade dispõe de fundos próprios num montante 12,5 superior aos requisitos de fundos próprios, tendo esta rácio que alcançar um montante igual ou superior ao requisito mínimo regulamentar de 8% para 2010; 9% para 2011 e 10% para 2012 e anos seguintes, conforme Aviso n.º 3/2011 do BdP[190]. Exige-se, desta forma, que os bancos reforcem progressivamente os seus níveis de capitalização, adequando as rácios de capital ao nível de risco dos Balanços, possibilitando-lhes, dessa forma, exercer a sua atividade. A rácio de solvabilidade permite igualmente reduzir a proporção do prémio de risco, assim como evitar o recurso continuado ao mercado monetário.

[184] O Aviso n.º 12/92 do BdP define o âmbito do conceito de fundos próprios e estipula os elementos positivos e negativos do mesmo.
[185] Fundo Monetário Internacional, Banco Central Europeu e União Europeia.
[186] Incitando-se à transformação de dividendos em ações.
[187] Relação entre créditos concedidos e depósitos captados.
[188] O Aviso n.º 16/2004 do BdP estipula a divulgação de indicadores de referência, de entre os quais indicadores de solvabilidade, nomeadamente o cálculo do indicador de adequação de fundos próprios de base (*Tier 1*), que resulta da fração dos fundos próprios de base (calculados pela aplicação do Aviso n.º 12/92 do BdP) sobre os requisitos de fundos próprios, os quais decorrem da aplicação do ponto 1 do artigo 7º do Decreto-lei n.º 104/2007 de 3 de abril.
[189] Como sejam o capital realizado e os prémios de emissão, as reservas e resultados retidos, instrumentos híbridos, entre outros, conforme Aviso n.º 6/2010 do BdP.
[190] Valores a aplicar a entidades em base consolidada ou em base individual para entidades que não integrem nenhum grupo financeiro sujeito à supervisão em base consolidada pelo BdP. O Aviso n.º 8/2011 do BdP altera o n.º 4 do Aviso n.º 3/2011 e Aviso n.º 6/2010, acerca do cômputo da rácio *core tier 1*, segundo as regras de Basileia III.

Estudos aplicados ao setor bancário utilizam alguma das variáveis prudenciais, ou indicadores de risco, nomeadamente a rácio de adequação de capital, solvabilidade e liquidez[191]. Outros estudos integram cinco perspetivas financeiras para avaliar a *performance* bancária: Adequação de capital, qualidade dos ativos, gestão, ganhos e liquidez (CAMEL)[192] [193]. Wang *et al*. (2011) complementou a medida CAMEL (financeira) com medidas não financeiras (capital intelectual), demonstrando a importância do capital intelectual para atingir elevados níveis de eficiência do banco. Uma análise a práticas de divulgação de indicadores de risco foi elaborada em Portugal através do estudo de Oliveira *et al.* (2011) o qual concluiu sobre os baixos níveis de divulgação de indicadores de risco nos bancos portugueses, sugerindo mecanismos de *enforcement* mais eficazes por parte das entidades reguladoras.

1.6 – Hipóteses de investigação

Tal como proposto, a presente investigação contempla duas fases de pesquisa: a primeira em que se analisa a extensão da divulgação voluntária do capital intelectual, assim como das suas categorias: capital humano, capital estrutural e capital relacional. Uma análise à incidência de divulgação é obtida pela exploração da divulgação nos relatórios anuais e nas páginas *Web*, assim como pela profundidade que se pretende obter em resultado da exploração dos elementos, das variáveis e dos indicadores de divulgação do capital intelectual na banca em Portugal. Esta análise parte das seguintes hipóteses de investigação:

[191] Gersbach e Wenzelburger (2003); Kantawala (2004); Pasiouras *et al.* (2006); Kosmidou (2008); Abuzayed *et al*. (2009); Karim *et al.* (2010); Shar *et al*. (2010); Alper e Anbar (2011) e Ahmad e Abbas (2011).
[192] O acrónimo CAMEL (*Capital Adequacy*, *Asset Quality*, *Management*, *Earnings*, *Liquidity*) é um sistema de avaliação bancária usado nos EUA na década de 1970, em que cada componente é avaliado numa escala de 1 (melhor) a 5 (pior) (Wang *et al*., 2011).
[193] Ravichandran e Alkhathlan (2010); Sangmi e Nazir (2010) e Sarwar e Asif (2011).

Quadro 3.8 - Hipóteses de investigação para a divulgação de informação voluntária do capital intelectual

Hipótese	Formulação	Associação prevista com o índice
H1	Por se tratar de um setor intensivo em conhecimento, os bancos que operam em Portugal apresentam um elevado nível de divulgação do seu capital intelectual.	Positiva
H2	A divulgação do capital intelectual é superior nas páginas *Web* relativamente à divulgação efetuada nos relatórios anuais das entidades bancárias em Portugal.	Positiva
$H2_{a)}$	A divulgação de cada um dos componentes do capital intelectual é superior nas páginas *Web* relativamente à divulgação efetuada nos relatórios anuais.	Positiva
$H2_{b)}$	A divulgação de cada um dos elementos que integram os componentes do capital intelectual é superior nas páginas *Web* relativamente à divulgação efetuada nos relatórios anuais.	Positiva
H3	A divulgação de informação voluntária, tanto nos relatórios anuais como nas páginas *Web* dos bancos, é superior no componente capital relacional.	Positiva
$H3_{a)}$	Os bancos que operam em Portugal dão maior relevo à divulgação do seu capital negócio do que aos restantes componentes do capital intelectual.	Positiva
H4	Os bancos que operam em Portugal apresentam a divulgação voluntária de capital intelectual nos relatórios anuais e nas páginas *Web* de forma complementar.	Positiva

Fonte: elaboração própria.

A segunda fase da pesquisa incide sobre a análise de fatores que poderão apresentar-se como determinantes na divulgação de informação voluntária do capital intelectual nos relatórios anuais e nas páginas *Web* dos bancos em Portugal. Para os objetivos que nos propomos analisar nesta fase de investigação, formulamos as hipóteses que se seguem:

Quadro 3.9 - Hipóteses de investigação dos determinantes da divulgação de informação voluntária do capital intelectual

Hipótese	Formulação	Associação prevista com o índice
H1	Os bancos de maior dimensão divulgam mais informação voluntária do capital intelectual do que os bancos de menor dimensão.	Positiva
H2	As medidas de governo da sociedade influenciam a divulgação de informação voluntária sobre o capital intelectual nos bancos que operam em Portugal.	Positiva
H3	A divulgação de informação voluntária sobre o capital intelectual varia com a rendibilidade do banco, ainda que não se preveja com rigor o sentido dessa variação.	Não prevista
H4	Os bancos que apresentam melhor rácio de eficiência operativa divulgam mais informação voluntária do capital intelectual.	Negativa
H5	Os bancos que apresentam melhor rácio de solvabilidade (medida pelo indicador *Tier 1*), divulgam mais informação voluntária do capital intelectual.	Positiva

Fonte: elaboração própria.

As hipóteses acima formuladas para se aferir dos fatores que determinam a divulgação de informação voluntária do capital intelectual, serão enunciadas para cada uma das fontes de divulgação de informação consideradas na presente investigação. Ou seja, procuramos os determinantes da divulgação do capital intelectual nos relatórios anuais e os determinantes da divulgação do capital intelectual nas páginas *Web* dos bancos. Também para cada um dos componentes que constituem o capital intelectual (capital humano, capital estrutural e capital relacional) serão formuladas hipóteses de investigação para a análise dos determinantes da sua divulgação em cada uma dessas fontes (relatórios anuais individuais e páginas *Web*) (hipóteses desenvolvidas no apêndice X ao trabalho).

1.7 – Tratamento dos dados e procedimentos estatísticos

Para que se cumpram os objetivos propostos no estudo da extensão, incidência e determinantes da divulgação de informação voluntária do capital intelectual, socorremo-nos do programa SPSS. Na primeira fase do estudo, procede-se a uma análise descritiva das variáveis, através das distribuições de frequência e medidas de localização, em particular medidas de tendência central e de dispersão, nomeadamente através da média e do DP. Para essa análise atendemos aos *outliers*, na medida em que estes valores podem afetar os resultados estatísticos ao aumentar a dispersão dos dados. Em consequência, os *outliers* serão extraídos da análise descritiva e da

análise univariada, apresentando-se os resultados com e sem a exclusão dessas observações. Por estarmos a tratar de um estudo do universo dos bancos a operar em Portugal, a interpretação geral dos dados far-se-á com a não exclusão dos *outliers*, pois a sua eliminação, embora podendo melhorar alguns indicadores de análise, não refletiria o seu universo. A não existência de alterações significativas nos resultados com a exclusão dessas observações aberrantes na análise univariada, e pela circunstância de a dimensão da população em estudo ser reduzida, resultará na não exclusão desses dados na análise multivariada. Além do mais, os *outliers*, ao serem excluídos poderiam, por um lado, melhorar a qualidade da análise, mas, por outro, limitariam as conclusões a extrair (dada a nossa realidade em estudo corresponder à população).

Procedemos, para cada variável, ao estudo da normalidade dos dados através do teste *Kolmogorov-Smirnov* (*K-S*) (resultados apresentados no apêndice IX). Os resultados dos testes paramétricos serão revelados sempre que os dados se apresentem com distribuição normal e, caso não se cumpra a normalidade da distribuição, serão apresentados os resultados de testes paramétricos e não paramétricos. Neste caso, a interpretação dos resultados resultará essencialmente dos testes paramétricos, pelo facto de estes apresentarem resultados de maior potência, ou seja, a probabilidade de se rejeitar corretamente a hipótese nula é maior num teste paramétrico do que num não paramétrico[194]. No entanto, existindo diferenças acentuadas nos resultados de ambos os testes, as mesmas diferenças serão analisadas.

Foram realizados testes, nomeadamente o teste de *t-student* para dados emparelhados[195] e o teste *Wilcoxon* (não paramétrico) correspondente, para comparação de médias de divulgação da informação do capital intelectual nos relatórios anuais e nas páginas *Web*. Foram igualmente realizados os testes *t* e *Wilcoxon* na comparação dos resultados do presente estudo com resultados de outros trabalhos desenvolvidos sobre a divulgação de informação do capital intelectual.

O estudo da complementaridade de utilização dos relatórios anuais e das páginas *Web* para a divulgação de informação do capital intelectual, foi efetuado através da utilização de coeficientes de correlação. Os resultados do teste paramétrico *R de Pearson* e não paramétrico *Ró de Spearman* serão apresentados, sendo, tal como para outros resultados, a interpretação realizada, sempre que possível, sobre testes paramétricos.

Utilizamos igualmente a técnica de AF, a qual visa analisar uma estrutura de fatores latentes (não diretamente observáveis) responsáveis pelas correlações observadas entre as variáveis originais e, desta forma, construir uma escala de medida para esses fatores (intrínsecos). Através da AF reduzir-se-ão o número de variáveis, pela construção de novas variáveis mediante

[194] Segundo Maroco (2007), os testes não paramétricos devem apenas utilizar-se quando não existe alternativa.
[195] O teste *t-student* para dados emparelhados tem como pressuposto a condição de normalidade na variável dependente nas duas populações.

combinações lineares das variáveis iniciais. Esta diminuição e simplificação dos dados são justificadas através do estudo de correlações entre tais variáveis. Os coeficientes de correlação de *Pearson* e *Spearman* indicam o grau de correlação entre as variáveis iniciais, as quais foram sujeitas a redução (tabela A.7 do apêndice XI).

No âmbito da análise multivariada (que visa verificar se as variáveis independentes explicam conjuntamente o nível de divulgação de informação voluntária do capital intelectual), foram elaborados modelos de regressão linear múltipla (MRLM) que utilizam, como variável dependente, cada um dos índices de divulgação: capital intelectual; capital humano; capital estrutural e capital relacional, tomando por referência as informações divulgadas nos relatórios anuais e nas páginas *Web*. Daqui resultam oito modelos de regressão, cada um deles utilizando como variáveis independentes os potenciais fatores que determinam a extensão da divulgação de informação do capital intelectual referidos anteriormente.

Os resultados dos testes estatísticos têm por base um nível de significância α igual a 1%; 5% e 10%, a que se encontra uma probabilidade de ocorrência sob a hipótese nula de 99%; 95% e 90%, sendo os resultados apresentados em cada uma das tabelas para os diferentes níveis de significância estatística.

2 – Extensão e incidência da divulgação de informação sobre o capital intelectual nos relatórios anuais e nas páginas *Web*

As questões de investigação na presente análise pretendem aferir da extensão da divulgação e do modo como os bancos que operam em Portugal divulgam o seu capital intelectual.

No âmbito desta análise, atenderemos ao estudo do nível e da extensão da divulgação do capital intelectual, considerando a aplicação do termo "nível" para verificação de uma elevada ou baixa divulgação (baixo nível ou elevado nível) e o termo "extensão" ou "amplitude" como revelador de medidas de divulgação resultantes de um índice. Por consideramos que os bancos são representativos dos setores intensivos em conhecimento, alvo de interesse por diversos *stakeholders* e dependentes da confiança e aceitação perante uma sociedade globalizada, começamos por formular a primeira hipótese de investigação:

H1: *Por se tratar de um setor intensivo em conhecimento, os bancos que operam em Portugal apresentam um elevado nível de divulgação do seu capital intelectual.*

Para responder à primeira hipótese de investigação formulada, procederemos a uma análise às medidas estatísticas que nos permitirão aferir da extensão da divulgação do capital intelectual nos relatórios anuais dos bancos analisados.

Tabela 3.1 - Divulgação do capital intelectual nos relatórios anuais

RELATÓRIOS	N	Média	Min.	Max.	DP
CI – Capital Intelectual	32	0,4342	0,0909	0,9848	0,2212
CI – Capital Intelectual (Sem *outliers*)	31	0,4164	0,0909	0,8636	0,2003

Da mesma forma, uma análise às medidas estatísticas que revelam a divulgação do capital intelectual nas páginas *Web* é apresentada na tabela abaixo.

Tabela 3.2 – Divulgação do capital intelectual nas páginas *Web*

WEB	N	Média	Min.	Max.	DP
CI – Capital Intelectual	32	0,2907	0,1061	0,7424	0,1386
CI - Capital Intelectual Ssem *outliers*)	29	0,2549	0,1061	0,4697	0,0806

Nas tabelas anteriores podemos verificar que a média de divulgação do capital intelectual nos relatórios anuais é de 0,4342, com um DP de 0,2212, o que representa a grande variabilidade dos valores em relação à média, dispersando-se entre um valor mínimo de 0,0909 e um valor máximo de 0,9848. A divulgação nas páginas *Web* é de 0,2907 com um DP de 0,1386, que representa uma maior aproximação dos valores à média. Os valores mínimo e máximo de divulgação são 0,1061 e 0,7424, respetivamente[196].

Para testarmos a primeira hipótese relacionada com o nível de divulgação, procedemos à sua comparação com dois estudos de divulgação do capital intelectual que consideramos terem objetivos próximos do que pretendemos aferir nesta investigação. Analisaremos os resultados dos estudos de Branco *et al.* (2011) e Khan e Ali (2010) e apresentaremos a comparação das médias encontradas no presente estudo com as médias dos estudos referidos, apurando o nível de divulgação em função dos resultados e conclusões desses estudos.

A opção de comparação com a investigação de Branco *et al*. (2011) deveu-se à procura de uma análise comparativa da divulgação do capital intelectual nos relatórios anuais e nas páginas *Web* em organizações portuguesas. Nesse estudo a divulgação é analisada separadamente tendo em conta organizações de setores tradicionais e de setores intensivos em conhecimento (setor dos

[196] A exclusão de uma observação aberrante moderada acima das restantes observações na divulgação do capital intelectual nos relatórios anuais (que corresponde ao BCP), faz baixar a média de divulgação para os 0,4164, baixando igualmente o DP para 0,2003, apresentando-se os valores máximos de divulgação nos 0,8636. No que respeita à divulgação do capital intelectual nas páginas *Web*, a exclusão de três observações aberrantes, uma severa (BCP) e duas moderadas (BES e BPI) acima das restantes observações faz com que a média de divulgação baixe para os 0,2549, reduzindo-se drasticamente o DP para 0,0806, sendo o valor máximo apresentado de 0,4697.

media, bancos e tecnologia). Muito embora os indicadores analisados sejam diferentes, pela construção do índice de divulgação estar baseada em premissas diferentes, consideramos este estudo, nomeadamente os resultados da divulgação em organizações intensivas em conhecimento, válido para comparação[197].

Tabela 3.3 - Comparação da média de divulgação do capital intelectual com o estudo de Branco *et al.* (2011)[198]

Capital Intelectual		N	Média	*t*	*Wilcoxon*
Relatórios anuais	Presente estudo	32	0,4342	7,012 p=0,000	p=0,000
	Branco *et al.* (2011)	24	0,16		
Páginas *Web*	Presente estudo	32	0,2907	2,234 p=0,033	p=0,082
	Branco *et al.* (2011)	24	0,236		

O resultado do estudo de Branco *et al.* (2011) apresenta uma média de divulgação do capital intelectual nos relatórios anuais de empresas intensivas em conhecimento de 0,16 e nas páginas *Web* de 0,236. As médias de divulgação do nosso estudo apresentam-se significativamente diferentes das médias apresentadas no estudo de Branco *et al.* (2011). Ou seja, a média de divulgação do capital intelectual é significativamente superior a 0,16 nos relatórios anuais (com p=0,000) e a 0,236 nas páginas *Web* (p=0,033), confirmando-se a significância estatística da diferença tanto na divulgação efetuada nos relatórios anuais como nas páginas *Web*.

O estudo de Khan e Ali (2010) analisa a divulgação do capital intelectual no setor bancário. Muito embora a metodologia adotada seja diferente, consideramos que os resultados apresentados por este autor poderão ser um indicador de comparação no setor. Assim, salvaguardadas as respetivas diferenças, nomeadamente por ter sido aplicado em outro país e com a construção de um índice de divulgação diferente, consideramos pertinente a sua análise pela aplicação ao mesmo setor de atividade. O estudo analisa a divulgação do capital intelectual

[197] A análise à normalidade da distribuição dos dados, apresentada na tabela A.4 do apêndice IX, permite-nos verificar que o índice de divulgação do capital intelectual nos relatórios anuais segue a distribuição normal (p>0,05), enquanto o índice de divulgação do capital intelectual nas páginas *Web* não segue a distribuição normal (p<0,05). Estes resultados permitem-nos deduzir que deveríamos aplicar o teste paramétrico *t-student* (para testar se uma média populacional é ou não igual a um determinado valor) aos dados dos relatórios anuais e o teste não paramétrico *Wilcoxon* para uma mediana populacional para os dados das páginas *Web*. No entanto, apresentaremos os resultados quer para os relatórios anuais quer para as páginas *Web* do teste paramétrico *t-student* e também o resultado da significância do teste não paramétrico correspondente, ou seja, o teste de *Wilcoxon.*

[198] Porque os estudos de Branco *et al*. (2011) e Khan e Ali (2010) não revelam valores referentes ao DP, optamos igualmente por não incluir esses dados do nosso estudo comparativo.

apenas nos relatórios anuais, pelo que, será considerada, para efeitos comparativos, apenas os valores de divulgação nessa fonte de informação.

Tabela 3.4 - Comparação da média de divulgação do capital intelectual com o estudo Khan e Ali (2010)

Capital Intelectual		N	Média	*t*	*Wilcoxon*
Relatórios anuais	Presente estudo	32	0,4342	3,616 p=0,001	p=0,002
	Khan e Ali (2010)	20	0,2928		

A média de divulgação do capital intelectual, apresentada no estudo de Khan e Ali (2010) é de 0,2928, valor inferior ao capital intelectual divulgado nos relatórios anuais dos bancos portugueses, cujo índice atinge o valor de 0,4342. O teste *t* apresenta-se com significância estatística de $p<0,01$ a qual permite provar a diferença nas médias, ou seja, a divulgação do capital intelectual nos relatórios anuais dos bancos que atuam em Portugal é significativamente superior aos bancos do Bangladesh estudados por Khan e Ali (2010).

Como referido anteriormente, embora os métodos adotados para apurar os resultados que comparamos sejam diferentes, o conteúdo do que pretendemos analisar é basicamente o mesmo. Nessa comparação, a divulgação do capital intelectual no presente estudo é superior, nomeadamente no que diz respeito à divulgação nos relatórios anuais. No entanto, Khan e Ali (2010) concluem existir uma falta de preocupação na divulgação de informação voluntária do capital intelectual por parte das instituições bancárias analisadas, referindo que os *stakeholders* têm maiores expetativas na divulgação do que o que é realmente divulgado, ou seja, consideram que o nível de divulgação do capital intelectual encontrado é baixo. Muito embora a expressão "elevado nível de divulgação" seja muito genérica e subjetiva, consideramos que a divulgação encontrada tanto nos relatórios anuais como nas páginas *Web* não representa o que este setor deveria divulgar nas suas fontes formais (auditadas) e informais para responder às expetativas dos *stakeholders*. Assim mesmo, a opção que tomamos de comparação dos nossos resultados com os dois estudos anteriormente apresentados permite-nos confirmar que os bancos que operam em Portugal apresentam um elevado nível de divulgação do seu capital intelectual, confirmando-se hipótese H1: *Por se tratar de um setor intensivo em conhecimento, os bancos que operam em Portugal apresentam um elevado nível de divulgação do seu capital intelectual*.

O estudo de Branco *et al.* (2011) apresenta, como resultado, uma divulgação superior nas páginas *Web* relativamente à divulgação realizada nos relatórios anuais. Tal como referido, apesar das diferenças na construção dos indicadores de divulgação e das sociedades analisadas, a semelhança na análise a setores intensivos em conhecimento e a incidência do estudo em

relatórios anuais *vs* páginas *Web*, permite-nos discorrer acerca de uma comparação com este estudo sobre a divulgação do capital intelectual nessas fontes de dados. Também Striukova *et al*. (2008) encontraram maior divulgação de informação do capital intelectual nas páginas *Web* em relação à que consta nos relatórios anuais. Com base nestes resultados, formulamos a seguinte hipótese de investigação:

H2: *A divulgação do capital intelectual é superior nas páginas Web relativamente à divulgação efetuada nos relatórios anuais das entidades bancárias em Portugal.*

Ao pretendemos comparar a divulgação realizada nos relatórios anuais com a das páginas *Web* dos bancos estamos a analisar a divulgação verificada pelas mesmas entidades em duas situações distintas, o que nos conduz a testar empiricamente a comparação de médias em dados emparelhados.

Tabela 3.5 - Comparação da média de divulgação do capital intelectual nos relatórios e páginas *Web*

CI Capital Intelectual	N	Média	DP	Média da diferença	DP	*t*	Z
Relatórios anuais	32	0,4342	0,2212	0,1434	0,1224	6,632 p=0,000	4,433 p=0,000
Páginas *Web*	32	0,2907	0,0245				

A média de divulgação nos relatórios anuais é de 0,4342 e nas páginas *Web* de 0,2907. O resultado do teste *t-student* confirma estatisticamente a superioridade de divulgação nos relatórios anuais em relação à divulgação efetuada nas páginas *Web*, pois a diferença revela-se estatisticamente significativa (p=0,000). Esse resultado permite refutar a hipótese H2 sobre a existência de maior divulgação do capital intelectual nas páginas *Web* em relação à divulgação efetuada nos relatórios anuais das entidades bancárias que atuam em Portugal, a qual está em consonância com o resultado do estudo de Guthrie *et al.* (2008), o qual encontrou maior divulgação do capital intelectual nos relatórios anuais do que a divulgação realizada nas páginas *Web*.

Dada a abrangência do conceito de capital intelectual, uma análise genérica à sua divulgação pode resultar em conclusões menos rigorosas. É necessária, por isso, uma pesquisa mais aprofundada e incisiva através da consideração de cada um dos componentes que integram o conceito genérico de capital intelectual, os quais poderão apresentar resultados significativamente diferentes entre si e que, quando se analisa a divulgação do capital intelectual, os resultados se apresentam em termos médios. Assim, torna-se premente analisar a divulgação do capital humano, do capital estrutural e do capital relacional em cada uma das

fontes de informação: relatórios anuais e páginas *Web*. Para alcançar esse objetivo formulamos a seguinte hipótese de investigação:

***H2$_{a)}$**: A divulgação de cada um dos componentes do capital intelectual é superior nas páginas Web relativamente à divulgação efetuada nos relatórios anuais.*

Uma análise descritiva a cada componente ou categorias do capital intelectual é necessária para aferirmos, em primeiro lugar, da extensão da divulgação do capital humano, do capital estrutural e do capital relacional, quer nos relatórios anuais quer nas páginas *Web* dos bancos.

Tabela 3.6 - Divulgação dos componentes do capital intelectual nos relatórios anuais

RELATÓRIOS	N	Média	Min.	Max.	DP
Capital Humano	32	0,3036	0,0476	1	0,2304
Capital Humano (Sem *outliers)*	31	0,2811	0,0476	0,7619	0,1953
Capital Estrutural	32	0,4753	0,0833	0,9583	0,2184
Capital Relacional	32	0,5178	0,1429	1	0,2773

A divulgação do capital humano apresenta-se, nos **relatórios anuais**, com uma média de divulgação de 0,3036. O DP é de 0,2304 com um valor mínimo de divulgação de 0,0476 e um máximo de 1[199]. O capital estrutural apresenta uma média de divulgação de 0,4753 nos relatórios anuais, com um DP de 0,2184 e os valores mínimo e máximo de 0,0833 e 0,9583, respetivamente. A divulgação de capital relacional nos relatórios anuais é a que apresenta maior média de divulgação, com o valor de 0,5178, tendo, no entanto, o maior DP (com o valor de 0,2773), o que significa que há uma grande dispersão dos valores desta variável em relação à média. A divulgação mínima é de 0,1429 e a máxima de 1.

A divulgação dos componentes do capital intelectual efetuada nas páginas *Web* dos bancos é apresentada na tabela abaixo.

[199] A exclusão de um *outlier* moderado acima das restantes observações faz baixar a média de divulgação do capital humano para 0,2811 e o DP para 0,1953, apresentando-se o valor máximo em 0,7619 resultante da exclusão dessa observação, a qual corresponde ao BCP que divulga acentuadamente mais informação do capital humano nos relatórios anuais do que a divulgação realizada pelos restantes bancos.

Tabela 3.7 – Divulgação dos componentes do capital intelectual nas páginas *Web*

WEB	N	Média	Min.	Max.	DP
Capital Humano	32	0,0342	0	0,3810	0,0866
Capital Humano (Sem *outliers*)	29	0,0082	0	0,0476	0,0183
Capital Estrutural	32	0,2487	0,0417	0,9583	0,1737
Capital Estrutural (Sem *outliers*)	31	0,2258	0,0417	0,5000	0,1177
Capital Relacional	32	0,5952	0,2381	1	0,2017

A divulgação do capital humano nas **páginas *Web*** apresenta-se com uma média de 0,0342. O seu DP é de 0,0866, sendo a média divulgação mínima de 0 e a máxima de 0,3810[200]. O capital estrutural apresenta uma média de divulgação nas páginas *Web* de 0,2487. O DP é de 0,1737, fruto do distanciamento dos valores em relação à média. O valor mínimo da média encontrada neste componente é de 0,0417 e a máxima de 0,9583[201]. A divulgação do capital relacional nas páginas *Web* dos bancos que operam em Portugal é de 0,5952. O DP apresentado é de 0,2017, com a média de divulgação mínima de 0,2381 e a máxima de 1. A divulgação deste componente nas páginas *Web* destaca-se em relação aos restantes, o que significa que os bancos utilizam de forma mais significa esta ferramenta como meio de difundir a sua posição nas relações estabelecidas com terceiros.

Para testarmos as diferenças nas médias de divulgação dos componentes do capital intelectual nos relatórios anuais relativamente às divulgadas nas páginas *Web*, procedemos primeiramente ao teste da normalidade na distribuição dos dados de cada componente, através do teste *K-S* (tabela A.4 do apêndice IX)[202].

[200] A existência de três observações aberrantes severas acima das restantes observações determina que esta média de divulgação, sendo já baixa, diminui para um valor de divulgação de capital humano nas páginas *Web* quase insignificante: 0,0082. Tal significa que, praticamente só os bancos BCP, BES e BPI divulgam algumas informações do capital humano nas páginas *Web*.

[201] A exclusão de um *outlier* severo acima das restantes observações (BCP) faz baixar a média de divulgação do capital estrutural em cerca de dois pontos percentuais, para 0,2258, sendo a maior média de divulgação de capital estrutural apresentada pelos bancos de 0,5000 após a exclusão da observação extrema.

[202] Os resultados ao teste à normalidade *K-S* apresentado na tabela A.4 do apêndice IX resultam na aplicação de testes não paramétricos na comparação do capital humano e do capital estrutural e testes paramétricos na comparação dos dados do capital relacional. No entanto, tal como referido anteriormente, dada a aproximação de ambos, os resultados dos testes paramétricos e não paramétricos serão apresentados.

Tabela 3.8 - Comparação da média de divulgação do capital humano nos relatórios anuais e nas páginas *Web*

CH Capital Humano	N	Média	DP	Média da diferença	DP	*t*	Z
Relatórios anuais	32	0,3036	0,2304	0,2693	0,1830	8,331 p=0,000	4,942 p=0,000
Páginas *Web*	32	0,0342	0,0866				

A análise aos resultados da tabela anterior permite constatar a superioridade de divulgação do **capital humano** nos relatórios anuais dos bancos relativamente à divulgação efetuada nas suas páginas *Web*, com uma média da diferença de 0,2693 e um DP de 0,1830. O teste *t* para dados emparelhados apresenta-se estatisticamente significativo (p=0,000), o que permite rejeitar a hipótese $H2_{a)}$ no componente capital humano.

Tabela 3.9 - Comparação da média de divulgação do capital estrutural nos relatórios anuais e nas páginas *Web*

CE Capital Estrutural	N	Média	DP	Média da diferença	DP	*t*	Z
Relatórios anuais	32	0,4753	0,2184	0,2266	0,1587	8,075 p=0,000	4,658 p=0,000
Páginas *Web*	32	0,2487	0,1737				

O **capital estrutural** apresenta uma média de divulgação de 0,4753 nos relatórios anuais e 0,2487 nas páginas *Web*. A média da diferença é de 0,2266 com um DP de 0,1587, tendo a diferença de médias revelado significância estatística para um nível de significância de 0,000. Este resultado permite igualmente refutar a hipótese de que a divulgação do componente capital estrutural é superior nas páginas *Web* relativamente à divulgação efetuada nos relatórios anuais.

Uma análise realizada à divulgação dos componentes do capital intelectual baseado no modelo *Intellectus*, comparando o mesmo componente divulgado nos relatórios anuais e nas páginas *Web*, revela que o componente **capital organizativo** apresenta uma média de divulgação de 0,4375 nos relatórios anuais e de 0,2578 nas páginas *Web*. Essa diferença de médias é estatisticamente significativa para o nível de significância estatística de $p<0,01$, o que permite rejeitar a hipótese de uma maior divulgação do capital organizativo nas páginas *Web* relativamente à divulgação que é efetuada nos relatórios anuais.

Tabela 3.10 - Comparação da diferença de médias de divulgação do capital organizativo nos relatórios anuais e nas páginas *Web*

CO Capital Organizativo	N	Média	DP	Média da diferença	DP	*t*	Z
Relatórios anuais	32	0,4375	0,2106	0,1797	0,1693	6,003 p=0,000	4,471 p=0,000
Páginas *Web*	32	0,2578	0,1537				

No que diz respeito à divulgação do **capital tecnológico** apresentado na tabela abaixo, a média de divulgação nos relatórios anuais é de 0,5508 e nas páginas *Web* de 0,2305, ambas apresentando elevados valores de DP, o que demonstra a grande dispersão de dados em relação à média. A diferença nas médias de divulgação apresenta-se estatisticamente significativa (p=0,000), rejeitando-se igualmente a hipótese de que a divulgação do componente capital tecnológico é superior nas páginas *Web* relativamente à divulgação deste componente efetuada nos relatórios anuais.

Tabela 3.11 - Comparação da diferença de médias de divulgação do capital tecnológico nos relatórios anuais e nas páginas *Web*

CT Capital Tecnológico	N	Média	DP	Média da diferença	DP	*t*	Z
Relatórios anuais	32	0,5508	0,2873	0,3203	0,2519	7,194 p=0,000	4,318 p=0,000
Páginas *Web*	32	0,2305	0,2639				

Quanto ao **capital relacional**, é possível verificar nos resultados apresentados na tabela 3.12, uma média de divulgação superior nas páginas *Web* relativamente à divulgação realizada nos relatórios anuais, com uma média de divulgação de 0,5952 nas páginas *Web* e 0,5179 nos relatórios anuais. Esta diferença de médias apresenta-se estatisticamente significativa (p=0,007) para confirmar a hipótese formulada de que a divulgação do capital relacional é superior nas páginas *Web* relativamente à divulgação efetuada nos relatórios anuais.

Tabela 3.12 - Comparação da média de divulgação do capital relacional nos relatórios anuais e nas páginas *Web*

CR Capital Relacional	N	Média	DP	Média da diferença	DP	*t*	Z
Relatórios anuais	32	0,5179	0,2773	-0,0774	0,1514	-2,891 p=0,007	-2,726 p=0,006
Páginas *Web*	32	0,5952	0,2017				

Analisando os resultados em função dos componentes segundo o modelo *Intellectus* nos componentes integrantes do capital relacional, verifica-se que o **capital negócio** apresenta uma média de divulgação nas páginas *Web* superior à média de divulgação nos relatórios anuais (0,6183 e 0,5536, respetivamente). Os resultados revelados confirmam, através de um nível de significância estatística ($p<0,05$), a diferença das médias de divulgação, provando a maior divulgação nas páginas *Web*. Confirma-se, desta forma, a hipótese de que o componente capital negócio é mais exposto nas páginas *Web* relativamente à sua exposição nos relatórios anuais.

Tabela 3.13 - Comparação da diferença de médias de divulgação do capital negócio nos relatórios anuais e nas páginas *Web*

CN Capital Negócio	N	Média	DP	Média da diferença	DP	*t*	Z
Relatórios anuais	32	0,5536	0,2454	-0,0647	0,1543	-2,373 p=0,024	-2,077 p=0,038
Páginas *Web*	32	0,6183	0,1755				

O **capital sociedade** apresenta também uma média de divulgação nas páginas *Web* superior à divulgação nos relatórios anuais (0,5491 e 0,4464, respetivamente), sendo essa diferença estatisticamente significativa para o nível de significância de 0,05. Tal como no componente capital negócio, confirma-se a hipótese formulada de que a divulgação do capital sociedade é superior nas páginas *Web* relativamente à divulgação realizada nos relatórios anuais.

Tabela 3.14 – Comparação da diferença de médias de divulgação do capital sociedade nos relatórios anuais e nas páginas *Web*

CS Capital Sociedade	N	Média	DP	Média da diferença	DP	*t*	Z
Relatórios anuais	32	0,4464	0,3766	-0,1027	0,2520	-2,305 p=0,028	-2,106 p=0,035
Páginas *Web*	32	0,5491	0,3186				

A tabela apresentada abaixo sintetiza os resultados para a hipótese $H2_{a)}$ formulada.

Tabela 3.15 – Resultados da hipótese $H2_{a)}$

Componentes do capital intelectual	Hipótese	Confirmação estatística
CH – Capital Humano	***H2$_{a)}$:*** *A divulgação de cada um dos componentes do capital intelectual é superior nas páginas Web relativamente à divulgação efetuada nos relatórios anuais.*	**Refutada**
CE – Capital Estrutural		**Refutada**
CO – Capital Organizativo		Refutada
CT – Capital Tecnológico		Refutada
CR – Capital relacional		**Confirmada**
CN – Capital negócio		Confirmada
CS – Capital Sociedade		Confirmada

O componente capital humano apresenta um resultado estatisticamente significativo (p=0,000) para rejeitar a hipótese de que a sua divulgação é superior nas páginas *Web* relativamente à divulgação efetuada nos relatórios anuais. Também o componente capital estrutural (tal como o capital organizativo e o capital tecnológico) se apresenta com significância estatística para rejeitar a hipótese de uma maior divulgação destes componentes nas páginas *Web* relativamente à divulgação ocorrida nos relatórios anuais. Contrariamente aos componentes anteriores, o capital relacional apresenta uma divulgação superior nas páginas *Web*. A média da diferença entre a divulgação nos relatórios anuais e nas páginas *Web* é de apenas (0,0774), mostrando-se, no entanto, esta diferença estatisticamente significativa (p=0,007). Este resultado permite-nos rejeitar a hipótese de igualdade nas médias de divulgação e confirmar a maior divulgação deste componente nas páginas *Web* relativamente à divulgação efetuada nos relatórios anuais. Os componentes capital negócio e capital sociedade apresentam o mesmo resultado, confirmando-se estatisticamente (com p<0,05) que a sua divulgação é superior nas páginas *Web* em relação à divulgação efetuada nos relatórios anuais.

Uma análise detalhada aos elementos que integram os componentes do capital intelectual torna-se relevante para que se aprofunde a análise às práticas de divulgação do capital intelectual, ou seja, para que se avalie a incidência da divulgação de cada um desses elementos em cada uma das fontes de divulgação consideradas. Para tal formulamos a hipótese $H2_{b)}$ como a seguir se descreve:

H2$_{b)}$: *A divulgação de cada um dos elementos que integram os componentes do capital intelectual é superior nas páginas Web relativamente à divulgação efetuada nos relatórios anuais.*

Para concluirmos acerca hipótese formulada, procederemos em primeiro lugar a uma análise descritiva dos elementos e variáveis de cada um dos componentes, a qual se torna fundamental para que os mesmos sejam conhecidos mais detalhadamente.

Tabela 3.16 – Elementos do capital humano nos relatórios anuais

RELATÓRIOS	Média	Min.	Max.	DP
CH1 - Competências profissionais	0,3000	0	1	0,2540
CH2 - Competências sociais	0,1719	0	1	0,3265
CH3 - Motivação	0,3368	0	1	0,2624

RELATÓRIOS (Sem *outliers*)	Média	Min.	Max.	DP
CH1 - Competências profissionais	0,2774	0	0,8	0,2232
CH2 - Competências sociais	0,1452	0	1	0,2942
CH3 - Motivação	0,3154	0	1	0,2367

No que diz respeito aos **elementos do capital humano**, verifica-se, pelos resultados apresentados na tabela anterior, que a motivação (CH3) se apresenta com a maior média de divulgação nos **relatórios anuais** com 0,3368, seguida das competências profissionais (CH1) com 0,3000 e das competências sociais (CH2) com 0,1719. Os valores apresentados para o DP apresentam-se elevados, o que revela a grande dispersão de dados na população, mostrando-se não haver homogeneidade quanto à divulgação destes elementos pelos bancos em Portugal[203].

Ainda que nas **páginas *Web*** dos bancos a média de divulgação do **capital humano** seja muito fraca, analisaremos de seguida essa divulgação atendendo aos elementos que o constituem.

Tabela 3.17 – Elementos do capital humano nas páginas *Web*

WEB	Média	Min.	Max.	DP
CH1 - Competências profissionais	0,0219	0	0,3000	0,0751
CH2 - Competências sociais	0,0937	0	1	0,2675
CH3 - Motivação	0,0347	0	0,3333	0,0912

N=32

WEB (Sem *outliers)*	Média	Min.	Max.	DP
CH1 - Competências profissionais	0,0034	0	0,1000	0,0185
CH2 - Competências sociais	0,0345	0	0,5000	0,1289
CH3 - Motivação	0,0077	0	0,1111	0,2865

N=29

[203] A exclusão de um *outlier* moderado acima das restantes observações (que tal como referido corresponde ao BCP) não altera de forma acentuada as médias, descendo para 0,3154 a divulgação de informação acerca de motivação (CH3); 0,2774 a média de divulgação de competências profissionais (CH1) e 0,1452 de competências sociais (CH2).

A divulgação de informação do elemento CH2 – competências sociais nas páginas *Web* é a que se apresenta com maior média (com o valor de 0,0937), num intervalo mínimo de 0 e máximo de 1. O DP é de 0,2675, o que revela uma grande dispersão dos dados em relação à média[204]. Estes dados justificar-se-ão por serem as aptidões socioculturais que os bancos mais desejem revelar à sociedade através da *internet*.

Tal como no estudo de Vergauwen *et al.* (2007) confirma-se que a intensidade em capital humano não está associada a maiores níveis de divulgação de capital humano. Muito embora não estejamos a comparar setores de atividade, isto parece significar que, sendo o setor bancário intensivo em capital humano, o mesmo não tem associada grande divulgação deste componente. Também Guthrie *et al*. (1999) parecem confirmar o exposto, ao constatarem que a indústria dos serviços financeiros divulga mais capital estrutural e relacional do que as outras indústrias e também divulgam menos capital humano do que as organizações de outros setores[205].

Nos resultados que se seguem pretendemos detalhar ainda mais a análise à divulgação de informação voluntária do capital intelectual, pela decomposição do índice de divulgação às variáveis de cada um dos elementos que constituem os componentes do capital intelectual. Estas variáveis agrupam indicadores de divulgação, os quais serão particularizados sempre que se revelar conveniente para esclarecer sobre a sua divulgação.

Tabela 3.18 - Variáveis do capital humano nos relatórios anuais

RELATÓRIOS	Média	Min.	Max.	DP
CH1.1 - Colaboradores qualificados	0,4167	0	1	0,2540
CH1.2 - Formação contínua	0,3854	0	1	0,4326
CH1.3 - Contrato	0,1484	0	1	0,2758
CH2.1 - Actividades socioculturais	0,1719	0	1	0,3265
CH3.1 - Promoções e incentivos	0,3875	0	1	0,2685
CH3.2 - Estabilidade	0,2734	0	1	0,3321

N=32

RELATÓRIOS (Sem *outliers*)	Média	Min.	Max.	DP
CH1.1 - Colaboradores qualificados	0,3978	0	0,6667	0,2344
CH1.2 - Formação contínua	0,3656	0	1	0,4247
CH1.3 - Contrato	0,1209	0	0,7500	0,2316
CH2.1 - Actividades socioculturais	0,1452	0	1	0,2442
CH3.1 - Promoções e incentivos	0,3677	0	1	0,2482
CH3.2 - Estabilidade	0,2500	0	1	0,3096

N=31

[204] A exclusão das três observações aberrantes severas acima das restantes (BCP, BES e BPI) faz baixar ainda mais as médias de divulgação dos elementos do capital humano nas páginas *Web* para valores quase irrelevantes.
[205] Rodrigues (2003) concluiu que as caraterísticas relacionadas com os recursos humanos de uma sociedade adquirida são das que os grupos não financeiros portugueses atribuem menor importância no âmbito das decisões de compra de uma participação.

No que respeita às **variáveis do capital humano**, os valores apresentados na tabela anterior revelam que a variável colaboradores qualificados (CH1.1) é a que se apresenta com a maior média de divulgação nos relatórios anuais: 0,4167. Nesta variável, o indicador que se apresenta mais divulgado é o número de colaboradores por categoria de qualificação (CH1.1.1), o qual apresenta uma média de divulgação de 0,8100, sendo o indicador CH1.1.3 - número de colaboradores qualificados por escalão salarial, o menos divulgado com uma média insignificante de 0,0300[206]. Informação acerca de promoções e incentivos (CH3.1) apresenta-se como a segunda variável do capital humano mais divulgada nos relatórios anuais. Nesta variável destaca-se a maior divulgação nos indicadores de planos de pagamento de remuneração variável (CH3.1.4), com uma média de divulgação de 0,7200 e benefícios e recompensas asseguradas aos colaboradores da instituição (CH3.1.2), com média de divulgação de 0,5900. A menor divulgação nesta variável é do indicador número de colaboradores promovidos no âmbito regional, nacional e internacional (CH3.1.1)[207] e, planos de estudo da satisfação dos colaboradores (inquéritos de motivação) (CH3.1.5)[208].

Esta análise permite verificar que, dentro das variáveis mais divulgadas, os indicadores do capital humano que se apresentam nos relatórios anuais uma maior média de divulgação são os que normalmente se divulgam no Relatório de gestão (essencialmente informação sobre as qualificações dos colaboradores). São também os que, no âmbito da norma dos benefícios dos empregados são divulgados no Anexo às DF, nomeadamente acerca de planos de pagamento de remunerações variáveis e benefícios e recompensas assegurados aos colaboradores (tal como constatado no estudo de Husin *et al.*, 2011). Os indicadores menos divulgados são os que poderemos considerar os "mais voluntários" por serem maioritariamente informações de caráter mais confidencial, nomeadamente os indicadores CH1.1.3 – n.º de colaboradores qualificados por escalão salarial; CH3.1.1 – n.º de colaboradores promovidos no âmbito regional, nacional e internacional e CH3.1.5 – planos de estudo da satisfação dos colaboradores (inquéritos de motivação).

As variáveis do capital humano, divulgadas nas páginas *Web* dos bancos, apresentam uma média de divulgação bastante irrelevante. As entidades que o fazem divulgam mais informação acerca de atividades socioculturais (CH2.1) (informação de âmbito mais lúdico)[209]. Também a comunicação sobre a formação concedidada aos colaboradores (CH1.2) é divulgada nas páginas *Web*[210], assim como informação de promoções e incentivos (CH3.1)[211]. Estes resultados sobre a

[206] Divulgado apenas pelo BCP.
[207] Divulgado pelos bancos Santander, CGD, BES e BCP.
[208] Divulgado pelos bancos BNP Paribas, BPI, BES Investimento, BES, BCP e Banif.
[209] Os bancos BCP e BES divulgaram na página *Web* informações referentes a todos os indicadores referentes a atividades socioculturais.
[210] O banco BES divulgou na sua página *Web* informação dos três indicadores da formação contínua.

divulgação do capital humano confirmam que a verdadeira divulgação de informação voluntária sobre o capital humano (a que é apresentada nas páginas *Web)* é insignificante, sendo nos relatórios anuais realizada, a maioria das vezes, mais por sugestão normativa do que por iniciativa própria.

Tabela 3.19 - Variáveis do capital humano nas páginas *Web*

WEB	Média	Min.	Max.	DP
CH1.1 - Colaboradores qualificados	0	0	0	0
CH1.2 - Formação contínua	0,0729	0	1	0,2502
CH1.3 - Contrato	0	0	0	0
CH2.1 - Atividades socioculturais	0,0937	0	1	0,2675
CH3.1 - Promoções e incentivos	0,0625	0	0,6000	0,1641
CH3.2 - Estabilidade	0	0	0	0

N=32

WEB (Sem *outliers*)	Média	Min.	Max.	DP
CH1.1 - Colaboradores qualificados	0	0	0	0
CH1.2 - Formação contínua	0,0114	0	0,3333	0,0618
CH1.3 - Contrato	0	0	0	0
CH2.1 - Atividades socioculturais	0,0344	0	0,5000	0,1289
CH3.1 - Promoções e incentivos	0,0139	0	0,2000	0,0516
CH3.2 - Estabilidade	0	0	0	0

N=29

No que respeita aos **elementos do capital estrutural** verifica-se, pelos valores apresentados na tabela abaixo, que a cultura corporativa (CE1) é a que apresenta uma maior média de divulgação nos relatórios anuais, com um valor de 0,5596, seguida de informações sobre tecnologias da informação e conhecimento explícito (CE3), a qual apresenta uma média de divulgação de 0,5508. Informações de cooperação interna e transferência do conhecimento (CE2) são as que se apresentam com menor média de divulgação nos relatórios anuais: 0,1687. Também na divulgação dos elementos de capital estrutural nos relatórios anuais se verificam elevados desvios em relação à média, confirmados através dos valores de DP apresentados.

[211] A divulgação de informação nas páginas *Web* acerca de promoções e incentivos foi efetuada pelos bancos BCP e BES, os quais divulgaram três dos cinco indicadores e pelos bancos Caixa Banco de Investimento e Santander Consumer os quais divulgaram um de cinco indicadores.

Tabela 3.20 - Elementos do capital estrutural nos relatórios anuais

RELATÓRIOS	N	Média	Min.	Max.	DP
CE1 - Cultura corporativa	32	0,5596	0,0909	1	0,2180
CE2 - Cooperação interna e transferência do conhecimento	32	0,1687	0	1	0,2645
CE3 - Tecnologias da informação e conhecimento explícito	32	0,5508	0	1	0,2873

A divulgação nas páginas *Web* dos bancos dos elementos do capital estrutural segue a mesma ordem da divulgação apresentada nos relatórios anuais, embora com médias de divulgação inferiores. Informação acerca da cultura corporativa (CE1) apresenta-se com uma média de divulgação de 0,3494, seguida de informação das tecnologias da informação e conhecimento explícito (CE3), com 0,2305 e, por fim, a informação sobre a cooperação interna e transferência do conhecimento (CE2) com apenas 0,0562[212].

Tabela 3.21 – Elementos do capital estrutural nas páginas *Web*

WEB	Média	Min.	Max.	DP
CE1 - Cultura corporativa	0,3494	0,0909	0,9091	0,1551
CE2 - Cooperação interna e transferência do conhecimento	0,0562	0	1	0,1917
CE3 - Tecnologias da informação e conhecimento explícito	0,2305	0	1	0,2639

N=32

WEB (Sem *outliers*)	Média	Min.	Max.	DP
CE1 - Cultura corporativa	0,3314	0,0909	0,6364	0,1186
CE2 - Cooperação interna e transferência do conhecimento	0,0258	0	0,4000	0,0855
CE3 - Tecnologias da informação e conhecimento explícito	0,2056	0	0,7500	0,2272

N=31

No que respeita à divulgação das **variáveis do capital estrutural** nos relatórios anuais, a informação sobre a missão e objetivos estratégicos (variável CE1.1) destaca-se com uma média de divulgação de 0,8828, seguida da divulgação de sistemas internos de comunicação e controlo (CE3.1) com o valor de 0,6562. Informação acerca do trabalho em equipa e cooperação intradepartamentos (CE2.1) e partilha de conhecimento tácito (CE2.2) são as variáveis que se apresentam com menor média de divulgação nos relatórios anuais. De destacar que os indicadores de divulgação da missão e objetivos estratégicos (CE1.1) apresentam médias de divulgação entre os 0,84 e 0,91, o que demonstra um elevado interesse das instituições na divulgação da missão e objetivos estratégicos (CE1.1.1); na descrição da estrutura funcional da

[212] A existência de uma observação aberrante severa acima das restantes faz baixar as médias de divulgação, sem que, no entanto, essa diferença seja muito acentuada. Esta observação aberrante corresponde ao BCP que apresentou uma divulgação do capital estrutural nas páginas *Web* marcadamente acima dos restantes bancos.

organização (CE1.1.2); na divulgação dos processos existentes de melhores práticas (CE1.1.3) e na existência de códigos de conduta e de declarações de princípios ou de missão (CE1.1.4). Também a informação acerca de sistemas internos de comunicação e controlo (CE3.1) é bastante divulgada nos relatórios anuais das instituições bancárias, apresentando seus indicadores médias de divulgação de informação entre os 0,56 (CE3.1.1 – canais de comunicação interna existentes) e os 0,72 (para sistemas de auditoria e controlo interno - CE3.1.3).

Tabela 3.22 - Variáveis do capital estrutural nos relatórios anuais

RELATÓRIOS	Média	Min.	Max.	DP
CE1.1 - Missão e objectivos estratégicos	0,8828	0,2500	1	0,2198
CE1.2 - Objectivos operacionais	0,4479	0	1	0,3844
CE1.3 - Investigação e desenvolvimento	0,2187	0	1	0,2822
CE1.4 - Reconhecimento	0,4219	0	1	0,4419
CE2.1 - Trabalho em equipa e cooperação intradepartamentos	0,1562	0	1	0,2675
CE2.2 - Partilha de conhecimento tácito	0,1875	0	1	0,3299
CE3.1 - Sistemas internos de comunicação e controlo	0,6562	0	1	0,4014
CE3.2 - Sistemas internos de armazenamento	0,5156	0	1	0,4112
CE3.3 -Avaliação qualidade	0,4687	0	1	0,3036

N=32

Também nas páginas *Web* a variável CE1.1 – missão e objetivos estratégicos é a que se apresenta com maior média de divulgação pelos bancos, com o valor de 0,7500, embora esta seja ligeiramente inferior à divulgação da mesma variável nos relatórios anuais. Informação sobre os sistemas internos de comunicação e controlo (CE3.1) é a que se apresenta, nas páginas *Web*, como segunda variável mais divulgada, com 0,3333. Assim mesmo, verifica-se uma grande diferença na média de divulgação das duas variáveis mais divulgadas nas páginas *Web*. De destacar como divergência de divulgação nas páginas *Web* em relação aos relatórios anuais, a variável reconhecimento (CE1.4), que se apresenta com grande destaque na divulgação nas páginas *Web* com o valor de 0,3281, tendo nos relatórios anuais um sexto lugar na escala das variáveis mais divulgadas (embora a média de divulgação seja superior à efetuada nas páginas *Web*). Nesta variável, a divulgação nos relatórios anuais apresenta uma média de 0,34 para o indicador de descrição do âmbito dos prémios recebidos e reconhecimento formais (CE1.4.1) e

0,50 para o indicador quota de mercado (CE1.4.2), enquanto na divulgação realizada nas páginas *Web* se destaca a divulgação do indicador CE1.4.1 para uma média de 0,56 de divulgação. A informação acerca da quota de mercado (CE1.4.2) apenas apresenta uma média de divulgação de 0,09[213]. A divulgação das restantes variáveis do capital estrutural nas páginas *Web* é meramente residual, nomeadamente divulgação de informação de I&D (CE1.3)[214], de trabalho em equipa e cooperação intradepartamentos (CE2.1)[215], de objetivos operacionais (CE1.2)[216] e partilha do conhecimento tácito (CE2.2)[217].

Tabela 3.23 - Variáveis do capital estrutural nas páginas *Web*

WEB	Média	Min.	Max.	DP
CE1.1 - Missão e objetivos estratégicos	0,7500	0,2500	1	0,2459
CE1.2 - Objetivos operacionais	0,0521	0	1	0,1914
CE1.3 - Investigação e desenvolvimento	0,0156	0	0,5000	0,0884
CE1.4 - Reconhecimento	0,3281	0	1	0,3265
CE2.1 - Trabalho em equipa e cooperação intradepartamentos	0,0312	0	1	0,1768
CE2.2 - Partilha conhecimento tácito	0,0937	0	1	0,2675
CE3.1 - Sistemas internos de comunicação e controlo	0,3333	0	1	0,3387
CE3.2 - Sistemas internos de armazenamento	0,1406	0	1	0,2613
CE3.3 - Avaliação qualidade	0,1875	0	1	0,2800

N=32

WEB (Sem *outliers*)	Média	Min.	Max.	DP
CE1.1 - Missão e objetivos estratégicos	0,7419	0,2500	1	0,2457
CE1.2 - Objetivos operacionais	0,0215	0	0,3333	0,0832
CE1.3 - Investigação e desenvolvimento	0	0	0	0
CE1.4 - Reconhecimento	0,3064	0	1	0,3076
CE2.1 - Trabalho em equipa e cooperação intradepartamentos	0	0	0	0
CE2.2 - Partilha conhecimento tácito	0,0645	0	1	0,2138
CE3.1 - Sistemas internos de comunicação e controlo	0,3118	0	1	0,3213
CE3.2 - Sistemas internos de armazenamento	0,1129	0	0,5000	0,2125
CE3.3 Avaliação qualidade	0,1613	0	0,6667	0,2415

N=31

Estes dados revelam a utilização das páginas *Web* para a informação de âmbito mais estratégico, nomeadamente informação da missão e do reconhecimento externo da instituição, reservando quase exclusivamente para os relatórios anuais a informação de âmbito mais funcional ou de execução prática da instituição, essencialmente a referente a objetivos operacionais, de informação de I&D e de partilha do conhecimento tácito.

[213] Divulgada nas páginas *Web* pelos bancos Best, BCP e BPI.
[214] Tendo apenas o BCP divulgado nas páginas *Web* informações acerca de projetos existentes de I&D.
[215] Divulgação apenas efetuada pelo BCP.
[216] Divugação de todos os indicadores efetuada pelo BCP, divulgação de um indicador pelo Banco Mais e um indicador divulgado pelo BPI.
[217] Foram divugados pelo BCP e pelo banco Best todos os indicadores de informação de partilha de conhecimento tácito, tendo o BBVA e o BES divulgado um indicador desta variável.

Quanto à divulgação de **elementos do capital relacional** nos relatórios anuais os dados apresentam-se na tabela seguinte.

Tabela 3.24 - Elementos do capital relacional nos relatórios anuais

RELATÓRIOS	N	Média	Min.	Max.	DP
CR1 - Relações com clientes	32	0,5531	0,1	1	0,2700
CR2 - Relações com investidores	32	0,5547	0	1	0,2598
CR3 - Relações com outros *stakeholders*	32	0,4464	0	1	0,3766

Verifica-se uma média de divulgação de informação semelhante nas relações com investidores (CR2): 0,5547 e nas relações com clientes (CR1): 0,5531, não se afastando muito destas médias a divulgação de informação das relações com outros *stakeholders* (CR3): 0,4464. De ressalvar que apesar das médias nestes três elementos estarem muito próximas, os valores do DP de cada uma delas apresenta-se com valores considerados elevados em todos eles. Tal significa que a informação do capital relacional nos relatórios anuais dos bancos não difere muito entre os elementos que o constituem, no entanto, em cada um desses elementos os valores de divulgação pelos bancos analisados encontram-se muito dispersos, o que revela uma grande heterogeneidade na divulgação de informação voluntária entre entidades.

Tabela 3.25 - Elementos de capital relacional nas páginas *Web*

WEB	N	Média	Min.	Max.	DP
CR1 - Relações com clientes	32	0,7000	0,4000	1	0,1437
CR2 - Relações com investidores	32	0,4141	0	1	0,3455
CR3 - Relações com outros *stakeholders*	32	0,5491	0	1	0,3186

A divulgação dos elementos do capital relacional nas páginas *Web* dos bancos apresenta uma superioridade de divulgação na informação das relações com clientes (CR1): 0,7000, seguida da divulgação de informação das relações com outros *stakeholders* (CR3), a qual apresenta uma média de divulgação de 0,5491 e, por fim, informação das relações com investidores (CR2) com 0,4141 de média. De salientar que a divulgação nas páginas *Web* do elemento relações com clientes (CR1) apresenta um DP bastante inferior aos valores apresentados pelos outros elementos do capital relacional, o que denota a maior concentração de observações em torno da média de divulgação, ou seja, 0,7000. Já no que se refere ao elemento CR2 – relações com

investidores, o DP é bastante superior, o que significa que os bancos não apresentam uma divulgação de informação deste elemento de forma idêntica, o mesmo acontecendo com o elemento CR3 – relações com outros *stakeholders.*

Os resultados apresentados na *Web* acerca da divulgação das relações que os bancos estabelecem com os seus clientes (CR1) parecem colher unanimidade na preferência das instituições sobre a informação a divulgar neste canal de comunicação. A análise às médias de divulgação da informação sobre os elementos do capital relacional nos relatórios anuais e nas páginas *Web* demonstra que, nos relatórios anuais, a divulgação de informação estará sensivelmente mais direcionada para as relações com investidores (provavelmente os principais interessados nos relatórios anuais da organização por ser informação mais fiável) e nas páginas *Web* a informação será mais centrada nas relações com clientes, com parceiros e com entidades com quem mantém relações de responsabilidade social.

A divulgação por **variáveis do capital relacional** nos relatórios anuais apresenta-se de seguida.

Tabela 3.26 - Variáveis do capital relacional nos relatórios anuais

RELATÓRIOS	Média	Min.	Max.	DP
CR1.1 - Acessibilidade e apoio cliente	0,6797	0	1	0,3314
CR1.2 - Relações do Grupo	0,6250	0	1	0,3139
CR1.3 - Satisfação do Cliente	0,3125	0	1	0,3684
CR2.1 - Informação voltada para o futuro	0,8750	0	1	0,2540
CR2.2 - Relevo do investidor	0,2344	0	1	0,3807
CR3.1 - Ações âmbito social e ambiental	0,4062	0	1	,04211
CR3.2 - Protocolos e parcerias com outros organismos	0,6406	0	1	0,4620
CR3.3 - Outros *stakeholders*	0,3125	0	1	0,4535

N=32

A informação voltada para o futuro (CR2.1) é a variável mais divulgada com um valor de 0,8750, seguida de informação acerca da acessibilidade e apoio ao cliente (CR1.1), com uma média de divulgação de 0,6797. As variáveis CR3.2 – protocolos e parcerias com outros organismos e CR1.2 – relações do Grupo, foram igualmente variáveis com elevada média de divulgação nos relatórios anuais, com 0,6406 e 0,6250, respetivamente.

De salientar que os indicadores de divulgação referentes à variável: informação voltada para o futuro (CR2.1), apresentam uma média de divulgação de 0,91 no indicador de informação sobre o crescimento da organização (CR2.1.1) e 0,84 no indicador de divulgação de informação

acerca de projetos futuros (CR2.1.2). Será conveniente referir que a informação recolhida para estes indicadores foi essencialmente a que consta do Relatório de gestão, no qual, todas as organizações informam acerca de rácios e indicadores dos últimos anos, demonstrando dados financeiros comparativos que evidenciam valores sobre o crescimento da organização. No mesmo relatório é divulgada informação acerca de projetos e atividades que a organização pretender iniciar ou dar continuidade. Esta variável, que se apresenta com maior média de divulgação, advém, em grande medida, das práticas de elaboração dos Relatórios de gestão na informação de perspetivas para o(s) ano(s) seguinte(s). A segunda variável que se apresenta com maior média de divulgação é CR1.1 – acessibilidade e apoio ao cliente. Nesta variável, os indicadores apresentam médias de divulgação entre 0,53 (CR1.1.2 – canais de atendimento *online*) e 0,94 (CR1.1.4 – soluções de produtos/serviços ao cliente). Destaca-se, sem dúvida, o interesse dos bancos em divulgar, o mais extensivamente possível, os produtos e serviços que oferecem aos clientes.

As variáveis do capital relacional nas páginas *Web* dos bancos seguem uma tendência de divulgação diferente da verificada nos relatórios anuais. A variável mais divulgada nos relatórios anuais é a que se apresenta com menor divulgação nas páginas *Web* (informação voltada para o futuro – CR2.1) e uma das variáveis menos divulgada nos relatórios anuais é das mais divulgadas nas páginas *Web* (CR3.3 – outros *stakeholders*). Os resultados apresentam-se na tabela 3.27 e detalhados de seguida.

Tabela 3.27 - Variáveis do capital relacional nas páginas *Web*

WEB	Média	Min.	Max.	DP
CR1.1 - Acessibilidade e apoio cliente	0,9687	0,7500	1	0,0840
CR1.2 - Relações do Grupo	0,6771	0	1	0,2869
CR1.3 - Satisfação do Cliente	0,3646	0	1	03424
CR2.1 - Informação voltada para o futuro	0,3125	0	1	0,3758
CR2.2 - Relevo do investidor	0,5156	0	1	0,4833
CR3.1 - Ações âmbito social e ambiental	0,4062	0	1	0,3855
CR3.2 - Protocolos e parcerias outros organismos	0,5156	0	1	0,4997
CR3.3 - Outros *stakeholders*	0,7969	0	1	0,3780

N=32

A variável que se destaca com maior média de divulgação é CR1.1 – acessibilidade e apoio ao cliente com uma média de divulgação de 0,9687. Os indicadores desta variável apresentam

níveis de divulgação bastante elevados. O DP apresentado por esta variável é o que exibe, em todas as variáveis analisadas, o menor valor, o que significa que os dados desta variável são os menos dispersos relativamente à média. Assim, os atributos CR1.1.3 – outros canais de comunicação e atendimento e CR1.1.4 – soluções de produtos/serviços ao cliente são divulgados por todos os bancos nas suas *Web pages*. Informação sobre o número de balcões/agências e sua localização (indicador CR1.1.1) apresenta uma média de divulgação de 0,91 e informação acerca de canais de atendimento *online* (CR1.1.2) apresenta-se com uma média de divulgação de 0,97. A segunda variável de capital relacional mais divulgada nas páginas *Web* dos bancos é a CR3.3 – outros *stakeholders*, com uma média de divulgação de 0,7969. A identificação dos *stakeholders* (indicador CR3.3.1) e as formas de comunicação e relacionamento (indicador CR3.3.2) apresentam-se com médias de divulgação de 0,78 e 0,81, respetivamente. De destacar a baixa divulgação da variável de outros *stakeholders* nos relatórios anuais em relação à que é divulgada nas páginas *Web*. Isto deve-se a que nas páginas *Web* está acessível um *browser* de acesso ao recrutamento de jovens à procura de emprego, de informação acerca dos requisitos de recrutamento e seleção para a instituição e atividades de recrutamento junto de universidades e escolas superiores. Também a variável relações do Grupo (CR1.2) se apresenta com uma divulgação acentuada nas páginas *Web*. Neste âmbito, o indicador de informações da oferta de produtos de empresas do Grupo (CR1.2.2) apresenta uma média de divulgação de 0,91 e informações acerca dos países onde opera o Grupo (CR1.2.1) apresenta uma média de 0,81. Menos divulgação tem o indicador das alianças estratégicas do Grupo (CR1.2.3), com apenas 0,31 na divulgação de informação nas páginas *Web*[218].

Após a análise exaustiva aos elementos, variáveis e indicadores de cada um dos componentes do capital intelectual, e para que possamos concluir acerca da hipótese $H2_{b)}$ formulada de que a divulgação dos elementos que compõem os componentes do capital intelectual é superior nas páginas *Web* relativamente à divulgação realizada nos relatórios anuais, procedemos à comparação da média de divulgação nos relatórios anuais e nas páginas *Web*, cujos resultados para os **elementos do capital humano** estão apresentados na tabela 3.28 abaixo.

[218] Informação divulgada por dez dos trinta e dois bancos analisados.

Tabela 3.28 - Comparação da divulgação dos elementos do capital humano nos relatórios anuais e nas páginas *Web*

ELEMENTOS CAPITAL HUMANO	N	Média da diferença	DP	*t*	Z
CH1 - Competências profissionais (relatórios – *Web*)	32	0,2781	0,2406	6,539 p=0,000	4,729 p=0,000
CH2 - Competências sociais (relatórios – *Web*)	32	0,0781	0,3617	1,222 p=0,231	1,155 p=0,248
CH3 - Motivação (relatórios – *Web*)	32	0,3021	0,2059	8,298 p=0,000	4,815 p=0,000

Os resultados permitem confirmar a relevância estatística da maior divulgação nos relatórios anuais, essencialmente no que diz respeito à divulgação do elemento motivação (CH3) e de competências profissionais (CH1). O elemento CH2 – competências sociais, embora apresente maior divulgação nos relatórios anuais, tal diferença não se mostra estatisticamente significativa para que se confirme a existência de uma diferença nas médias.

Os resultados apresentados da comparação das médias de divulgação dos **elementos do capital estrutural** nos relatórios anuais e nas páginas *Web* permitem-nos confirmar uma média de divulgação superior nos relatórios anuais em todos os elementos do capital estrutural, sendo essa diferença estatisticamente significativa em todos os elementos. Estes resultados confirmam que a divulgação dos elementos do capital estrutural apresenta-se maior nos relatórios anuais relativamente à informação divulgada nas páginas *Web*.

Tabela 3.29 – Comparação da divulgação dos elementos do capital estrutural nos relatórios anuais e nas páginas *Web*

ELEMENTOS CAPITAL ESTRUTURAL	N	Média da diferença	DP	*t*	Z
CE1 - Cultura corporativa (relatórios – *Web)*	32	0,2103	0,1780	6,681 p=0,000	4,526 p=0,000
CE2 - Cooperação interna e transferência do conhecimento (relatórios – *Web)*	32	0,1125	0,2211	2,879 p=0,007	2,504 p=0,012
CE3 - Tecnologias da informação e conhecimento explícito (relatórios – *Web)*	32	0,3203	0,2519	7,194 p=0,000	4,318 p=0,000

Os **elementos do capital relacional**, divulgados nos relatórios anuais dos bancos, apresentam médias de divulgação muito aproximadas entre eles: informação sobre as relações com clientes (CR1) revela uma média de divulgação de 0,5531 e as relações com investidores (CR2) com o valor médio de 0,5547. As relações com outros *stakeholders* (CR3) exibem uma média de divulgação nos relatórios anuais de 0,4464. Nas páginas *Web* estes elementos apresentam uma divulgação de 0,7000 para o elemento CR1 – relações com clientes; 0,4141 para as relações

com investidores (CR2) e 0,5491 nas relações com outros *stakeholders* (CR3). Pelas médias apresentadas verifica-se que apenas a informação das relações com investidores é superior nos relatórios anuais em relação à divulgação na *Web*. A análise à comparação das médias de divulgação dos elementos do capital relacional nos relatórios anuais e nas páginas *Web* confirma existirem diferenças estatisticamente significativas na comparação entre os elementos, confirmando-se a maior divulgação nas páginas *Web* do elemento CR1 – relações com clientes (p=0,000) e do elemento CR3 – relações com outros *stakeholders* (p=0,028). Contrariamente a estes, a divulgação de informação acerca das relações com investidores (CR3) é superior nos relatórios anuais em relação às páginas *Web* (confirmação estatística para p<0,05).

Tabela 3.30 – Comparação da divulgação dos elementos do capital relacional nos relatórios anuais e nas páginas *Web*

ELEMENTOS CAPITAL RELACIONAL	N	Média da diferença	DP	*t*	Z
CR1 - Relações com clientes (relatórios – *Web)*	32	-0,1469	0,1934	-4,296 p=0,000	-3,516 p=0,000
CR2 - Relações com investidores (relatórios – *Web)*	32	0,1406	0,3041	2,616 p=0,014	2,337 p=0,019
CR3 - Relações com outros *stakeholders* (relatórios – *Web)*	32	-0,1027	0,2520	-2,305 p=0,028	-2,106 p=0,035

Os resultados apresentados anteriormente são sintetizados na tabela abaixo.

Tabela 3.31 – Resultados da hipótese $H2_{b)}$

	Elementos que integram os componentes do capital intelectual	Hipótese	Confirmação estatística
Capital Humano	CH1 - Competências profissionais	***H2$_{b)}$**: A divulgação de cada um dos elementos que integram os componentes do capital intelectual é superior nas páginas Web relativamente à divulgação efetuada nos relatórios anuais.*	Refutada
	CH2 - Competências sociais		Não confirmada
	CH3 - Motivação		Refutada
Capital estrutural	CE1 - Cultura corporativa		Refutada
	CE2 - Cooperação interna e transferência do conhecimento		Refutada
	CE3 - Tecnologias da informação e conhecimento explícito		Refutada
Capital relacional	CR1 - Relações com clientes		Confirmada
	CR2 - Relações com investidores		Não confirmada
	CR3 - Relações com outros *stakeholders*		Confirmada

Estudos desenvolvidos sobre a divulgação de informação voluntária do capital intelectual demonstraram uma maior divulgação do capital relacional em comparação com o capital humano e o capital estrutural[219]. Guthrie *et al*. (1999) e Guthrie e Petty (2000) encontraram evidência empírica sobre a maior divulgação do capital relacional, essencialmente no setor financeiro, pela crescente prioridade na procura de quota de mercado, fruto da segmentação e fragmentação dos mercados. Também April *et al.* (2003) referem que a maior divulgação do capital relacional se deve às pressões da globalização, com o consequente aumento da necessidade de as empresas se focarem nos seus fatores externos como os canais de distribuição, as cadeias de valor e as relações com clientes. Bozzolan *et al*. (2003) encontraram igualmente uma divulgação superior do capital relacional e, tal como na maioria dos estudos, os indicadores sobre clientes foram os mais divulgados. Striukova *et al*. (2008) obtiveram evidência empírica de uma divulgação superior do capital relacional tanto nos relatórios anuais como nas páginas *Web*, enquanto no estudo de Branco *et al.* (2011) o capital relacional foi o mais divulgado nas páginas *Web* e o capital humano o mais divulgado nos relatórios anuais.

Outros estudos demonstraram uma divulgação superior do capital estrutural relativamente à divulgação do capital humano e do capital relacional[220]. Esta maior extensão na divulgação do capital estrutural nos relatórios anuais é efetuada por empresas que acreditam numa melhor reputação pela divulgação da sua estrutura interna. Outras pesquisas apresentam maior divulgação do capital humano face ao estrutural e relacional[221]. Xiao (2008) encontrou, nos relatórios anuais de organizações chinesas, maior divulgação do capital humano e menor divulgação do capital relacional. O estudo revela que, considerando apenas a divulgação voluntária, há menor divulgação do capital humano e maior divulgação do capital estrutural.

Numa sociedade marcadamente em rede em que as relações mantidas com as entidades externas são, muitas vezes, mais valiosas do que o valor dos próprios produtos, será de esperar que o capital "relações" seja o que mais gera vantagens competitivas num setor intensivo em capital intelectual. Tal como Mention (2011) esperamos que os bancos divulguem extensivamente informações do seu capital relacional a fim de realçar os esforços empreendidos no seu fomento.

Face ao exposto, formulamos a terceira hipótese de investigação como se segue.

---

[219] Guthrie *et al*. (1999); Guthrie e Petty (2000); Brennan (2001); April *et al.* (2003); Bozzolan *et al*. (2003); Goh e Lim (2004); Abeysekera e Guthrie (2005); Vandemaele *et al.* (2005); Zhang (2005); Shareef e Davey (2005); Wong e Gardner (2005); Flöstrand (2006); Bozzolan *et al.* (2006); Guthrie *et al.* (2006); Oliveira *et al*. (2006); Vergauwen *et al.* (2007); Abeysekera, (2007); Beattie e Thomson (2007); Sujan e Abeysekera (2007); García-Meca e Martínez (2007); Oliveras *et al.* (2008); Whiting e Miller (2008); Striukova *et al.* (2008); Ferreira (2008); Davey *et al.* (2009); Woodcock e Whiting (2009); Campbell e Rahman (2010); Bezhani (2010); Singh e Kansal (2011); Whiting e Woodcock (2011); An *et al*. (2011); Abhayawansa (2011), Mention (2011) e Husin *et al*. (2012).

[220] García-Meca *et al*. (2005); Li *et al.* (2006, 2008); Gan *et al*. (2008); Schneider e Samkin (2008); Guthrie *et al.* (2008); Brüggen *et al.* (2009); Yau *et al.* (2009); Guthrie *et al.* (2009); Quinteiro (2009); Vafaei *et al.* (2011) e Taliyang e Jusop (2011).

[221] Monclús Guitart *et al*. (2005); Lee *et al.* (2007); Steenkamp (2007); Sousa (2009); Chander e Mehra (2010) e Khan e Ali (2010).

H3: *A divulgação de informação voluntária, tanto nos relatórios anuais como nas páginas Web dos bancos, é superior no componente de capital relacional.*

Para avaliarmos a hipótese formulada procedemos a testes de comparação de dados emparelhados, comparando os componentes do capital intelectual entre si, ou seja, comparação da divulgação do capital estrutural com o capital humano, do capital relacional com o capital humano e do capital relacional com o capital estrutural. Esta análise permitir-nos-á aferir, através do nível de significância estatística nas diferenças de médias de divulgação entre os componentes, se o capital relacional é o componente mais divulgado nos relatórios anuais e nas páginas *Web* das instituições de crédito em Portugal.

Tabela 3.32 - Comparação da diferença de médias de divulgação nos componentes do capital intelectual nos relatórios anuais

RELATÓRIOS	N	Média da diferença	DP	*t*	Z
Capital Estrutural - Capital Humano	32	0,1717	0,1760	5,517 p=0,000	4,068 p=0,000
Capital Relacional - Capital Humano	32	0,2143	0,1905	6,364 p=0,000	4,267 p=0,000
Capital Relacional - Capital Estrutural	32	0,0426	0,1474	1,634 p=0,112	1,440 p=0,150

Os resultados apresentados para a divulgação dos componentes do capital intelectual nos **relatórios anuais** apresentam uma diferença de divulgação significativamente inferior do capital humano em relação ao capital estrutural, com uma média da diferença entre o capital estrutural e o capital humano de 0,1717, com um DP de 0,1760. A divulgação do capital humano é também inferior à divulgação do capital relacional, com uma média da diferença altamente significativa de 0,2143, com um DP de 0,1905. Entre a divulgação do capital relacional e a do capital estrutural nos relatórios anuais a média da diferença é de 0,0426, não se apresentando esta desigualdade na divulgação com significância estatística para se provar a hipótese de diferença entre as médias (p=0,112). Do exposto anteriormente concluímos que, nos relatórios anuais, o capital relacional é o componente mais divulgado, confirmando-se estatisticamente a hipótese H3 na comparação da divulgação do capital relacional com o capital humano, não se revelando estatisticamente significativa a maior divulgação do capital relacional em relação à divulgação do capital estrutural.

Tabela 3.33 - Comparação da diferença de médias de divulgação nos componentes do capital intelectual nas páginas *Web*

WEB	N	Média da diferença	DP	*t*	Z
Capital Estrutural - Capital Humano	32	0,2145	0,1337	9,075 p=0,000	4,942 p=0,000
Capital Relacional - Capital Humano	32	0,5610	0,1612	19,681 p=0,000	4,941 p=0,000
Capital Relacional - Capital Estrutural	32	0,3465	0,1440	13,612 p=0,000	4,937 p=0,000

No que diz respeito às diferenças da divulgação nas **páginas *Web*** dos bancos, as mesmas apresentam-se altamente significativas (p=0,000) para provar a diferença nas médias de divulgação entre todos os componentes do capital intelectual. Assim, está confirmada estatisticamente a maior divulgação nas páginas *Web* do capital estrutural em relação ao capital humano (média da diferença de 0,2145, com p=0,000) e do capital relacional em relação ao capital humano (média da diferença de 0,5610, com p=0,000) e ao capital estrutural (média da diferença de 0,3465, com p=0,000). Estes resultados provam, inequivocamente, a superioridade da divulgação nas páginas *Web* do capital relacional relativamente aos restantes componentes (capital estrutural e capital humano).

De notar que as médias da diferença de divulgação entre os componentes apresentam valores muito superiores nas páginas *Web* do que as apresentadas nos relatórios anuais. Tal resultado revela uma maior discrepância na extensão da divulgação entre os componentes nas páginas *Web* relativamente à divulgação efetuada entre esses componentes nos relatórios anuais, onde há menor heterogeneidade na divulgação entre o capital humano, o capital estrutural e o capital relacional.

Confirmamos, desta forma, a hipótese H3 de que a divulgação de informação voluntária, tanto nos relatórios anuais como nas páginas *Web* dos bancos, é superior no componente de capital relacional. Os resultados obtidos permitem confirmar as tendências de divulgação obtidas por outros investigadores[222]. No entanto, nos relatórios anuais, embora a divulgação do capital relacional seja superior à divulgação do capital estrutural, essa diferença não se revela estatisticamente significativa. Estes resultados poderão significar que a estratégia de divulgação

[222] Guthrie *et al*. (1999); Guthrie e Petty (2000); Brennan (2001); April *et al.* (2003); Bozzolan *et al*. (2003); Goh e Lim (2004); Abeysekera e Guthrie (2005); Vandemaele *et al.* (2005); Zhang (2005); Shareef e Davey (2005); Wong e Gardner (2005); Flöstrand (2006); Bozzolan *et al.* (2006); Guthrie *et al.* (2006); Oliveira *et al*. (2006); Vergauwen *et al.* (2007); Abeysekera, (2007); Beattie e Thomson (2007); Sujan e Abeysekera (2007); García-Meca e Martínez (2007); Oliveras *et al*. (2008); Whiting e Miller (2008); Striukova *et al.* (2008); Ferreira (2008); Davey *et al.* (2009); Woodcock e Whiting (2009); Campbell e Rahman (2010); Bezhani (2010); Singh e Kansal (2011); Whiting e Woodcock (2011); An *et al*. (2011); Abhayawansa (2011); Mention (2011) e Husin *et al*. (2012).

dos bancos se baseia nos fatores que consideram ser o seu capital intelectual mais robusto ou, por outro lado, aquele que os utilizadores das fontes de informação o entenderão como tal.

Tabela 3.34 - Resultados da hipótese H3

	Divulgação dos componentes nos relatórios anuais	Hipótese	Confirmação estatística
Relatórios	Capital Estrutural > Capital Humano	***H3:*** *A divulgação de informação voluntária, tanto nos relatórios anuais como nas páginas Web dos bancos, é superior no componente de capital relacional.*	Confirmada
	Capital Relacional > Capital Humano		Confirmada
	Capital Relacional > Capital Estrutural		Não confirmada
Web	Capital Estrutural > Capital Humano		Confirmada
	Capital Relacional > Capital Humano		Confirmada
	Capital Relacional > Capital Estrutural		Confirmada

Segundo o modelo *Intellectus*, a desagregação do capital estrutural em capital organizativo e capital tecnológico e do capital relacional em capital negócio e capital sociedade, permite-nos aferir de uma mais detalhada análise aos seus componentes. A distinção do capital relacional resulta numa diferenciação dos intangíveis relacionados diretamente com os agentes vinculados ao processo de negócio (as relações com clientes, investidores, concorrentes, parceiros de negócios) daqueles que configuram a responsabilidade social da organização[223]. Num setor de serviços, o cliente, por ser uma importante fonte de valor acrescentado, é o principal foco de atenção por parte da gestão, sendo, por isso, a aproximação ao cliente e a sua satisfação o principal objetivo das organizações deste setor. Captar e satisfazer os clientes com os produtos e serviços que o banco tem para oferecer é a preocupação mais relevante nas instituições bancárias, o que indica ser inevitável uma maior divulgação do componente capital negócio do que a divulgação dos restantes componentes. No estudo de Seguí-mas e Server Izquierdo (2010) o capital negócio (*business capital*) é caraterizado e analisado no setor financeiro (mais concretamente em cooperativas de crédito). Nesse estudo destacou-se a importância deste componente, especialmente no que diz respeito às relações com os clientes e às alianças empresariais.

Das hipóteses formuladas anteriormente, os resultados obtidos permitiram-nos confirmar uma superioridade na divulgação do capital relacional quer nos relatórios anuais quer nas páginas *Web*. Em consequência disso, procuramos, de seguida, analisar o destaque atribuído pelos bancos ao capital negócio (componente do capital relacional) em ambas as fontes de divulgação

[223] CIC-IADE, Documentos Intellectus n.º 2 (2002).

de informação ao mercado. Deste modo, na sequência da hipótese H3 de que o capital relacional é o mais divulgado, formulamos a hipótese $H3_{a)}$ como se segue:

$H3_{a)}$: *Os bancos que operam em Portugal dão maior relevo à divulgação do seu capital negócio do que aos restantes componentes do capital intelectual*.

As tabelas 3.35 e 3.36 permitem-nos analisar a divulgação do capital intelectual nos relatórios anuais e nas páginas *Web*, segundo os componentes definidos no modelo *Intellectus*.

Tabela 3.35 - Divulgação nos relatórios anuais dos componentes do capital intelectual segundo o modelo *Intellectus*

	RELATÓRIOS	Média	Min.	Max.	DP
CAPITAL ESTRUTURAL	Capital Humano	0,3036	0,0476	1	0,2304
	Capital Organizativo	0,4375	0,0625	0,9375	0,2106
	Capital Técnológico	0,5508	0	1	0,2873
CAPITAL RELACIONAL	Capital Negócio	**0,5536**	0,2143	1	0,2454
	Capital Sociedade	0,4464	0	1	0,3766

Pela análise aos resultados apresentados na tabela anterior verificamos que, nos relatórios anuais, os valores médios de divulgação do capital estrutural e do capital relacional apresentam-se muito próximos, no entanto, é o componente capital negócio que se apresenta como o mais divulgado nos relatórios, com uma média de divulgação de 0,5536, seguido do capital tecnológico, com uma média de 0,5508. O capital sociedade é o terceiro componente mais divulgado, apresentando uma divulgação de 0,4464 e o capital organizativo surge com uma média de divulgação de 0,4375. O capital humano é a categoria menos divulgada nos relatórios anuais com uma média de divulgação de 0,3036[224]. Estes resultados revelam a procura de uma maior transparência na divulgação do componente capital negócio do que na divulgação dos restantes componentes, revelando ser a categoria a que os bancos atribuem maior importância no âmbito da divulgação nos relatórios anuais.

[224] De destacar o valor mínimo na divulgação do capital negócio com uma média mínima de 0,2143, que se apresenta como o maior valor mínimo em relação aos restantes componentes. Isto significa que no capital negócio há, por todos os bancos, no mínimo, 0,2143 dos indicadores que são sempre divulgados nos relatórios anuais.

Tabela 3.36 – Divulgação nas páginas *Web* dos componentes do capital intelectual segundo modelo *Intellectus*

	WEB	Média	Min.	Max.	DP
CAPITAL ESTRUTURAL	Capital Humano	0,0342	0	0,3810	0,0866
	Capital Organizativo	0,2578	0,0625	0,9375	0,1537
	Capital Tecnológico	0,2305	0	1	0,2639
CAPITAL RELACIONAL	Capital Negócio	**0,6183**	0,2857	1	0,1755
	Capital Sociedade	0,5491	0	1	0,3186

No que concerne à divulgação dos componentes do capital intelectual nas páginas *Web* dos bancos, o capital negócio destaca-se mais acentuadamente do que a sua divulgação nos relatórios anuais (nos quais surge com uma média de divulgação de 0,5536), tendo, nas páginas *Web*, uma média de 0,6183. O seu DP apresenta-se relativamente baixo, o que representa uma pequena dispersão dos dados relativamente à média[225]. O capital sociedade é a segunda categoria mais divulgada na *internet* com uma média de divulgação de 0,5491. Esta análise permite-nos confirmar uma preferência pela utilização das páginas *Web* para a divulgação do capital relacional, em detrimento dos restantes componentes do capital intelectual, essencialmente na informação do capital humano, o qual se apresenta com uma divulgação insignificante nas páginas *Web*. As médias de divulgação do capital organizativo e do capital tecnológico (ambos do capital estrutural) baixaram acentuadamente nas páginas *Web* em relação à divulgação realizada nos relatórios anuais, passando para valores na ordem dos 0,2578 e 0,2305, respetivamente.

Os resultados revelam que a *Webpage* é o meio preferencial para a divulgação de informação de caráter mais comercial e de *marketing* (destaque do capital relacional), não sendo uma via que os bancos utilizem como importante para a divulgação dos seus recursos operacionais, nomeadamente os tecnológicos e organizativos (capital estrutural). Concretamente, informações sobre as relações com clientes (CR1) e as relações com investidores (CR2) são, claramente, as que encontram maior relevância nas páginas *Web* dos bancos, tendo também as comunicações acerca do capital sociedade (CR3 - relações com outros *stakeholders*) destaque na divulgação realizada nas suas páginas da *internet*. Os resultados apresentados revelam uma maior

[225] É igualmente importante destacar que o valor mínimo de divulgação deste componente nas páginas *Web* é de 0,2857 e o máximo de 1.

diversificação na divulgação de informação entre os componentes nos relatórios anuais e uma maior concentração na divulgação do capital relacional nas páginas *Web*. Ou seja, na *internet* há uma grande centralização na quantidade de informação divulgada essencialmente no capital negócio e capital sociedade, tendo a divulgação de informação do capital humano uma irrisória apresentação neste meio de comunicação de dados. Nos relatórios anuais verifica-se uma maior homogeneidade na quantidade de informação divulgada entre componentes, variando entre a divulgação do capital humano (com uma média de 0,3036) e o capital negócio (com média de divulgação de 0,5536). Estes resultados revelam uma estratégia de divulgar nas páginas *Web* algumas informações mais específicas e direcionadas aos principais utilizadores desse meio de informação (essencialmente clientes e público em geral), atribuindo aos relatórios anuais a aptidão para divulgar informação a um grupo mais alargado de *stakeholders* (acionistas, investidores, entidades reguladoras e fiscalizadoras, investigadores, etc.).

Para confirmarmos estatisticamente a relevância na divulgação do capital negócio (tal como proposto na formulação da hipótese $H3_{a)}$, procedemos à realização de testes de comparação de médias entre a divulgação dos componentes realizada nos relatórios e nas páginas *Web*. O teste à normalidade (apresentado na tabela A.4 do apêndice IX) resulta na apresentação dos valores dos testes paramétricos e não paramétricos[226].

[226] Os dados revelam uma distribuição normal no capital tecnológico apenas nos relatórios (p=0,159); no capital negócio também nos relatórios (p=0,200) e no capital sociedade apenas nas páginas *Web* (p=0,116), apresentando-se os restantes com uma distribuição não normal.

Tabela 3.37 - Comparação das diferenças de médias de divulgação nos componentes do capital intelectual nos relatórios anuais, segundo o modelo *Intellectus*

RELATÓRIOS	Média da diferença	DP	*t*	Z
Capital Humano - Capital Organizativo	-0,1339	0,1630	-4,648 p=0,000	-3,787 p=0,000
Capital Humano - Capital Tecnológico	-0,2472	0,2607	-5,365 p=0,000	-3,978 p=0,000
Capital Humano - **Capital Negócio**	**-0,2500**	0,1717	**-8,237 p=0,000**	-4,579 p=0,000
Capital Humano - Capital Sociedade	-0,1429	0,2855	-2,831 p=0,008	-2,392 p=0,017
Capital Organizativo - Capital Tecnológico	-0,1133	0,2054	-3,120 p=0,004	-2,791 p=0,005
Capital Organizativo - **Capital Negócio**	**-0,1161**	0,1538	**-4,269 p=0,000**	-3,414 p=0,001
Capital Organizativo - Capital Sociedade	-0,0089	0,2463	-0,205 p=0,839	-0,028 p=0,978
Capital Tecnológico - **Capital Negócio**	**-0,0028**	0,2207	**-0,072 p=0,944**	-0,103 p=0,918
Capital Tecnológico - Capital Sociedade	0,1043	0,2480	2,380 p=0,024	2,313 p=0,021
Capital Negócio - Capital Sociedade	**0,1071**	0,2177	**2,784 p=0,009**	2,550 p=0,011

A análise aos resultados apresentados na tabela anterior permitem-nos constatar que a divulgação do capital humano nos relatórios anuais é inferior a todos os outros componentes do capital intelectual (com significância estatística p<0,01 em todas as diferenças). A divulgação do capital organizativo nos relatórios anuais é inferior (com um nível de significância estatística de p<0,01) à divulgação do capital tecnológico e do capital negógio, não se apresentado significativa a diferença da divulgação do capital organizativo e do capital sociedade (p=0,839). A divulgação do capital sociedade apresenta-se com significância estatística para provar a diferença de média de divugação com o capital tecnológico e com o capital negócio. Deste modo, conforme visível nos resultados apresentados, a média de divulgação nos relatórios anuais do capital negócio é superior à média de divulgação dos componentes: capital humano (com uma média da diferença de 0,2500; p=0,000); capital organizativo (média da diferença entre ambas de 0,1161; p=0,000) e capital sociedade (média da diferença de 0,1071; p=0,009). O resultado não se apresenta estatisticamente significativo para a diferença de médias de divulgação do capital negócio com a divulgação do capital tecnológico, o que representa uma aproximação das médias de divulgação destes dois componentes (média da diferença de 0,0028; p=0,944).

Tabela 3.38 - Comparação das diferenças de médias de divulgação nos componentes do capital intelectual nas páginas *Web*, segundo o modelo *Intellectus*

WEB	Média da diferença	DP	*t*	Z
Capital Humano - Capital Organizativo	-0,2236	0,1247	-10,144 p=0,000	-4,935 p=0,000
Capital Humano - Capital Tecnológico	-0,1962	0,2211	-5,020 p=0,000	-4,122 p=0,000
Capital Humano - **Capital Negócio**	**-0,5841**	0,1371	**-24,098 p=0,000**	-4,947 p=0,000
Capital Humano - Capital Sociedade	-0,5149	0,2856	-10,199 p=0,000	-4,789 p=0,000
Capital Organizativo - Capital Tecnológico	0,0273	0,1989	0,788 p=0,443	0,950 p=0,342
Capital Organizativo - **Capital Negócio**	**-0,3605**	0,1495	**-13,637 p=0,000**	-4,938 p=0,000
Capital Organizativo - Capital Sociedade	-0,2913	0,2856	-5,769 p=0,000	-4,133 p=0,000
Capital Tecnológico - **Capital Negócio**	**-0,3878**	0,1502	**-14,609 p=0,000**	-4,867 p=0,000
Capital Tecnológico - Capital Sociedade	-0,3186	0,3024	-5,961 p=0,000	-4,085 p=0,000
Capital Negócio - Capital Sociedade	**0,0692**	0,2484	**1,576 p=0,125**	1,361 p=0,173

Confirma-se, pelos resultados apresentados na tabala 3.38, que o componente capital negócio é o que apresenta maior média de divulgação nas páginas *Web*, com significância estatística p=0,000 nas diferenças deste componente com o capital humano, o capital organizativo e o capital tecnológico. A não significância estatística da diferença nas médias verifica-se entre os componentes do capital relacional (capital negócio e capital sociedade), os quais apresentam médias de divulgação de 0,6183 e 0,5491, respetivamente, e uma média da diferença de 0,0692 com p=0,125. Certifica-se, desta forma, com um nível de significância estatística p<0,01, que o capital negócio se apresenta com uma média de divulgação de informação nas páginas *Web* significativamente maior do que a divulgação efetuada neste meio de divulgação pelas categorias de capital humano, capital organizativo e capital tecnológico.

A tabela abaixo apresentada resume os resultados obtidos para a formulação da hipótese $H3_{a)}$, a qual previa que ocorresse uma maior divulgação do capital negócio do que dos restantes componentes do capital intelectual.

Tabela 3.39 - Resultados da hipótese $H3_{a)}$

	Componentes do capital intelectual	Hipótese	Confirmação estatística
Relatórios	Capital Negócio > Capital Humano	**$H3_{a)}$**: *Os bancos que operam em Portugal dão maior relevo à divulgação do seu capital negócio do que aos restantes componentes do capital intelectual.*	Confirmada
	Capital Negócio > Capital Organizativo		Confirmada
	Capital Negócio > Capital Tecnológico		Não confirmada
	Capital Negócio > Capital Sociedade		Confirmada
Web	Capital Negócio > Capital Humano		Confirmada
	Capital Negócio > Capital Organizativo		Confirmada
	Capital Negócio > Capital Tecnológico		Confirmada
	Capital Negócio > Capital Sociedade		Não confirmada

Estudos como os de Gerpott *et al.* (2008), Cormier *et al*. (2009) e Sousa (2009) analisaram a complementaridade da divulgação do capital intelectual nos relatórios anuais e nas páginas *Web*. Segundo Gerpott *et al.* (2008) a divulgação nas duas fontes poderá ser efetuada de forma complementar ou de forma substitutiva. O seu estudo procura analisar a qualidade da divulgação e a associação dessa qualidade com a exposição efetuada nos relatórios anuais e nas páginas *Web*. Embora tenham encontrado um baixo nível de qualidade de divulgação do capital intelectual tanto nas páginas *Web* como nos relatórios anuais, ainda assim, os autores concluíram que a qualidade da divulgação é superior nos relatórios anuais. Partindo do princípio que a divulgação de informação nas páginas *Web* deverá ser adicional e não institucional, o mesmo estudo analisou a correlação entre a divulgação realizada nos relatórios anuais e nas páginas *Web* para concluir sobre a complementaridade ou substituição da utilização dessas fontes na divulgação de informação sobre o capital intelectual. Desse estudo resultou que a divulgação é complementar e não substitutiva no uso dos relatórios anuais e das páginas *Web* para a divulgação do capital intelectual, encontrando uma correlação positiva e estatisticamente significativa, sugerindo o uso complementar. Cormier *et al*. (2009) analisaram a associação da dimensão com a divulgação nas páginas *Web* e concluíram que, as empresas maiores complementam a divulgação na *Web* com outros canais e que, as pequenas empresas vêm nas páginas *Web* um método eficaz e económico para prestar informações ao mercado. Sousa (2009) concluiu sobre um uso complementar dos relatórios anuais e das páginas *Web* para a divulgação do capital intelectual, constatando que nos casos em que as empresas divulgam menos informação nos relatórios anuais, compensam essa divulgação nas páginas *Web* e que, nos casos em que a informação divulgada nos relatórios anuais é considerada satisfatória, as páginas da *internet* não parecem acrescentar muita informação, mantendo-se o nível de divulgação.

Branco *et al*. (2011) embora não tenham testado a complementaridade do uso de relatórios anuais e de páginas *Web* para a divulgação do capital intelectual, concluíram, relativamente aos resultados de divulgação nas duas fontes que, provavelmente, as empresas fazem uso complementar dos relatórios anuais e nas páginas *Web* para fazer divulgação do capital intelectual. Guthrie *et al.* (2008) concluíram não existirem discrepâncias na localização da divulgação de informação do capital intelectual entre os relatórios anuais e as páginas *Web*, o que consideramos poder ser revelador de uma utilização complementar de ambas as fontes de divulgação.

As entidades bancárias poderão, assim, utilizar as páginas *Web* para divulgar determinado tipo de informação que não divulgam nos relatórios anuais, ou, poderão usar as páginas *Web* para complementar e desenvolver informação que já foi divulgada nos relatórios anuais. Consideramos, tal como Gerpott *et al.* (2008), que a divulgação nos relatórios anuais deverá satisfazer primeiramente as solicitações institucionais, devendo as páginas *Web* apresentar-se como um meio para complementar a informação e não como forma de substituição da divulgação de informação.

Para aferirmos do modo como os bancos em Portugal utilizam as duas fontes de divulgação de informação do capital intelectual, formulamos de seguida a seguinte hipótese de investigação:

H4: *Os bancos que operam em Portugal apresentam a divulgação de informação voluntária sobre o capital intelectual (e seus componentes) nos seus relatórios anuais e nas suas páginas Web de forma complementar.*

Para testarmos a hipótese H4 formulada, começaremos por analisar o resumo comparativo das estatísticas descritivas resultantes da divulgação do capital intelectual e seus componentes nos relatórios anuais e nas páginas *Web*. De seguida procederemos à aplicação do teste do coeficiente de correlação e à análise da significância estatística para aferir da complementaridade ou substituição (Gerpott *et al.*, 2008) na utilização de relatórios anuais e páginas *Web* para a divulgação do capital intelectual. Para concluirmos que as duas fontes de dados (relatórios anuais e nas páginas *Web*) não se apresentam de forma complementar na divulgação de informação, partimos do pressuposto de que, simultaneamente existirá uma maior divulgação em determinada fonte de dados e que se verifica uma associação linear forte e estatisticamente significativa da divulgação nessa fonte de informação. Ou seja, uma associação linear forte e estatisticamente significativa da divulgação de determinada informação realizada nas páginas *Web*, significa que há uma substituição dos relatórios anuais pelas páginas *Web* para se efetuar a divulgação dessa informação. Através dos resultados da aplicação do teste do coeficiente de correlação, procuraremos analisar a utilização dos relatórios anuais e das *Web pages* para divulgar o capital intelectual (e seus componentes) pelos bancos em Portugal.

Tabela 3.40 – Divulgação do capital intelectual e componentes nos relatórios anuais e nas páginas *Web*

	CI		CH		CE		CR	
	Relatórios	*Web*	Relatórios	*Web*	Relatórios	*Web*	Relatórios	*Web*
Média	**0,4342**	0,2907	**0,3036**	0,0342	**0,4753**	0,2487	0,5178	**0,5952**
Min.	0,0909	0,1061	0,0476	0	0,0833	0,0417	0,1429	0,2381
Max.	0,9848	0,7424	1	0,3810	0,9583	0,9583	1	1
DP	0,2212	0,1386	0,2304	0,0866	0,2184	0,1737	0,2773	0,2017
	N=32	N=32	N=32	N=32	N=32	N=32	N=32	N=32

Os resultados apresentados na tabela anterior revelam uma divulgação do capital intelectual superior nos relatórios anuais. Também os componentes de capital humano e capital estrutural apresentam maior média de divulgação nos relatórios anuais, enquanto o componente capital relacional apresenta uma divulgação superior nas páginas *Web*. Esta análise poderá retratar a preferência na utilização dos relatórios anuais como canal de divulgação do capital intelectual, funcionando as páginas *Web* como uma ferramenta complementar para a divulgação. Através do coeficiente de correlação procuraremos concluir, com base estatística, sobre a complementaridade ou substituição na utilização das duas fontes de divulgação do capital intelectual.

Tabela 3.41 - Coeficientes de correlação para a associação de divulgação do capital intelectual (e componentes) nos relatórios anuais

		CI	CH	CE	CR
Divulgação Relatórios	*Pearson* p	0,367 0,003	0,618 0,000	0,504 0,000	-0,160 0,201
	Spearman p	0,366 0,003	0,788 0,000	0,542 0,000	-0,191 0,130
		N=64	N=64	N=64	N=64

Os resultados apresentados evidenciam uma associação linear positiva, baixa (*R de Pearson* de 0,367) e estatisticamente significativa (p=0,003) na utilização dos relatórios anuais como fonte de divulgação do capital intelectual. Este resultado representa uma maior divulgação do capital intelectual nos relatórios anuais, verificando-se uma complementaridade na utilização das páginas *Web* para a sua divulgação. Conclui-se existir complementaridade pela não verificação de uma associação linear alta na divulgação do capital intelectual nos relatórios anuais. No que respeita ao componente capital humano, a sua divulgação é também superior nos relatórios

anuais em relação às páginas *Web*, apresentando uma associação linear moderada (*R de Pearson* de 0,618) e estatisticamente significativa para um nível de significância estatística de p<0,01. No entanto, os efeitos do teste à normalidade da distribuição dos dados (apresentados na tabela A.4 do apêndice IX) revelam que a divulgação do capital humano não segue a distribuição normal nem nos relatórios anuais nem nas páginas *Web*, logo, e porque neste âmbito os resultados permitem conclusões significativamente diferentes, é mais correto interpretarmos os resultados do teste não paramétrico de *Spearman*, o qual revela uma associação linear forte (*Ró* de 0,788) com a divulgação do capital humano nos relatórios anuais. Com base neste resultado verifica-se que o capital humano é divulgado nos relatórios anuais de forma substitutiva e não complementar à divulgação efetuada nas páginas *Web*. Com base na ideia de Gerpott *et al.* (2008) de que deverão ser as páginas *Web* a complementar a informação divulgada nos relatórios anuais e não o contrário, não consideramos correto concluir que os relatórios anuais se substituam às páginas *Web* para divulgar o capital humano, sendo que, também não poderemos dizer que as páginas *Web* estarão a complementar a informação divulgada nos relatórios anuais, o que nos conduz à conclusão de que, no caso do capital humano, consideramos simplesmente não haver complementaridade nem substituibilidade na utilização das duas fontes de informação.

O capital estrutural apresenta igualmente maior divulgação nos relatórios anuais e uma associação linear moderada (*R de Pearson* de 0,504) e estatisticamente significativa com um p<0,01, sendo este componente também divulgado complementarmente nos relatórios anuais e páginas *Web*. O capital relacional encontra uma associação linear negativa com a divulgação nos relatórios anuais. Esta associação apresenta-se muito baixa e a sua significância estatística revela um valor superior aos níveis de significância previamente fixados (p>0,1). Tal significa que o capital relacional, apesar de ter uma maior divulgação nas páginas *Web* e essa superioridade não se assumir numa associação estatisticamente significativa, concluímos igualmente existir complementaridade nas duas fontes de divulgação de informação no capital relacional.

Tabela 3.42 - Coeficientes de correlação para associação de divulgação dos componentes do capital intelectual nos relatórios anuais, segundo o modelo *Intellectus*

		CI Capital Intelectual	CH Capital Humano	CO Capital Organizativo	CT Capital Tecnológico	CN Capital Negócio	CS Capital Sociedade
Divulgação Relatórios	*Pearson* p	0,367 0,003	0,618 0,000	0,444 0,000	0,508 0,000	-0,152 0,230	-0,148 0,244
	Spearman p	0,366 0,003	0,788 0,000	0,518 0,000	0,516 0,000	-0,176 0,165	-0,149 0,241
		N=64	N=64	N=64	N=64	N=64	N=64

A análise aos resultados da associação da divulgação nos relatórios anuais com os componentes capital organizativo e capital tecnológico apresentam uma associação linear moderada e positiva, com um nível de significância estatística de p<0,01. Estes resultados confirmam a maior divulgação destes componentes nos relatórios anuais e a complementaridade das páginas *Web* para a sua divulgação. A associação da divulgação nos relatórios anuais dos componentes capital negócio e capital sociedade revelam uma muito baixa e negativa associação linear com a divulgação nos relatórios anuais, não se apresentando a mesma estatisticamente significativa. Os resultados revelam que para estes componentes há uma utilização complementar das duas fontes de divulgação de informação, embora a sua divulgação seja superior nas *Web pages*.

Tabela 3.43 - Resultados da hipótese H4

Capital Intelectual e componentes	Hipótese	Confirmação estatística
CI – Capital Intelectual	**H4:** *Os bancos que operam em Portugal apresentam a divulgação voluntária do capital intelectual (e seus componentes) nos seus relatórios anuais e nas suas páginas Web de forma complementar.*	**Confirmada**
CI – Capital Humano		**Refutada**
CE – Capital Estrutural		**Confirmada**
CO – Capital Organizativo		Confirmada
CT – Capital Tecnológico		Confirmada
CR – Capital relacional		**Confirmada**
CN – Capital negócio		Confirmada
CS – Capital Sociedade		Confirmada

Os resultados apresentados confirmam, genericamente, a utilização complementar das páginas *Web* e dos relatórios anuais na divulgação realizada pelos bancos em Portugal. Apenas o capital humano não se apresenta divulgado complementarmente nas duas fontes de dados, estando a sua divulgação fortemente associada à exposição realizada nos relatórios anuais. Confirmamos, assim, a hipótese H4 formulada de uma divulgação complementar nas fontes que analisamos (relatórios anuais e páginas *Web*) sobre a informação do capital intelectual e de todos os seus componentes, com exceção do capital humano, onde os resultados obtidos são contrários à hipótese formulada, refutando-se, por isso, a hipótese H4 no componente capital humano.

Tal como Branco *et al*. (2011), confirmamos que as organizações escolhem a informação a divulgar e a fonte de informação em função dos objetivos ou dos propósitos do uso que terceiros poderão fazer dessa informação. As organizações revelam ter noção das vantagens e dos inconvenientes na utilização dos meios para a divulgação de informação. Ao divulgar mais informação do capital relacional nas páginas *Web*, os bancos assumem uma maior

acessibilidade, interatividade e tempestividade na relação com os seus clientes e outros *stakeholders*, atribuindo aos relatórios anuais maior importância na divulgação de informação para investidores (conforme resultado apresentado na tabela 3.31). A divulgação de informação sobre o capital estrutural não se apresenta como relevante nas páginas *Web* dos bancos. Este componente, que representa a estrutura organizativa da instituição, embora contenha indicadores importantes para divulgação na *internet* (essencialmente informação da missão e objetivos estratégicos da instituição), é um componente preferencialmente divulgado nos relatórios anuais pela exposição que faz dos seus recursos mais operacionais. Também na divulgação de informação do capital humano, os bancos selecionam a informação a divulgar nas páginas *Web*, expondo mais facilmente informações no âmbito das competências sociais dos seus colaboradores do que informações referentes às suas competências profissionais ou informações sobre motivação (tabela 3.31). Mesmo assim, o capital humano apresenta-se genericamente como informação *tabu* nas páginas *Web*. A falta de transparência na divulgação deste componente na *internet* poder-se-á justificar por três razões gerais: a vulnerabilidade e facilidade de manipulações associadas a este meio de divulgação; a não relevância desta informação para os principais utilizadores das páginas *Web* (essencialmente os clientes); e, embora não nos pareça ser a razão mais provável, pela falta de importância atribuída aos recursos humanos como fonte estratégica de valor das instituições.

3 – Determinantes da divulgação de informação sobre o capital intelectual nos relatórios anuais e nas páginas *Web*

Segundo Buzby (1975) há muita variabilidade na divulgação de informação corporativa entre organizações e muitos fatores que contribuem para essa variabilidade. Considera, no entanto, que um dos problemas detetados na literatura é o desconhecimento sobre a medida em que esses fatores contribuem para a "adequação" da divulgação de informação nos relatórios anuais.

A fim de analisarmos os fatores que influenciam a extensão da divulgação voluntária do capital intelectual nos relatórios anuais e nas páginas *Web* dos bancos a operar em Portugal, debruçar-nos-emos sobre algumas caraterísticas organizacionais que consideramos poderem afetar a quantidade da informação divulgada. Para tal, consideramos como variáveis dependentes a extensão ou amplitude da divulgação do capital intelectual nos relatórios anuais e a extensão dessa divulgação nas páginas *Web*. Esta análise será igualmente concretizada para cada um dos componentes do capital intelectual (capital humano, capital estrutural e capital relacional).

- extensão da divulgação do capital intelectual nos relatórios anuais e nas páginas *Web*;
- extensão da divulgação do capital humano nos relatórios anuais e nas páginas *Web*;
- extensão da divulgação do capital estrutural nos relatórios anuais e nas páginas *Web;* e,
- extensão da divulgação do capital relacional nos relatórios anuais e nas páginas *Web.*

Tendo como principal objetivo identificar as caraterísticas ou fatores que poderão determinar a quantidade da divulgação de informação voluntária sobre o capital intelectual nos relatórios anuais e nas páginas *Web* dos bancos em Portugal, definimos como variáveis independentes ou explicativas:

- a dimensão do banco (DIM);
- caraterísticas de governo da sociedade (GSOC);
- a rendibilidade (REND);
- a eficiência operativa (EFI); e,
- a solvabilidade bancária (TIER1)

As variáveis independentes consideradas serão analisadas em cada índice de divulgação do capital intelectual, que corresponde à extensão da divulgação em cada uma das fontes de divulgação de informação, assim como para cada um dos seus componentes em cada uma dessas fontes.

3.1 – Estudo dos determinantes através da análise univariada

Dimensão

De acordo com as teorias da legitimidade, da agência e dos *stakeholders*, as maiores empresas estão sujeitas a elevados custos de agência, sendo também nestas que se verifica maior assimetria da informação. As organizações de maior dimensão, porque sujeitas a um maior escrutínio por um elevado número de *stakeholders*, estão mais preocupadas com a sua reputação e com as ameaças à sua legitimidade, o que as motivará a uma maior divulgação voluntária do capital intelectual.

A dimensão da organização, sendo a variável mais estudada na temática da divulgação voluntária do capital intelectual, é também aquela que maior consenso reúne no impacto retratado nessa divulgação[227]. Baseados na relevância demonstrada nos resultados dos estudos anteriormente referidos, consideramos que a dimensão dos bancos estará positivamente associada a uma maior divulgação voluntária do capital intelectual. Para aferir da influência que a dimensão das instituições bancárias em Portugal tem na extensão da divulgação voluntária do seu capital intelectual (efetuada nos relatórios anuais e nas páginas *Web*), formulamos a seguinte hipótese de investigação[228]:

[227] Bozzolan *et al.* (2003); Gómez Rodríguez (2003); García-Meca *et al*. (2005); García-Meca e Martínez (2005); Firer e Williams (2005); Zhang (2005); Shareef e Davey (2005); Bozzolan *et al.* (2006); Guthrie *et al.* (2006); Oliveira *et al*. (2006); Cordazzo (2007); Li *et al*. (2007, 2008); White *et al.* (2007); Schneider e Samkin (2008); Gerpott *et al.* (2008); Striukova *et al.* (2008); Ferreira (2008); Gan *et al.* (2008); Singh e Van der Zahn (2009); Brüggen *et al.* (2009); Yau *et al*. (2009); Cormier *et al*. (2009); White *et al*. (2010); Abeysekera (2010); Costa (2010); Hidalgo *et al*. (2011); Branco *et al*. (2011) e Branswijck e Everaert (2012).

[228] No apêndice X encontra-se a formulação das hipóteses de investigação sobre a influência da variável dimensão em cada um dos componentes do capital intelectual e em cada uma das fontes de divulgação de informação.

H1: *Os bancos de maior dimensão divulgam mais informação voluntária do capital intelectual do que os bancos de menor dimensão***.**

O presente estudo considera cinco medidas *proxy* da dimensão: o logaritmo do valor do ativo líquido da entidade; o logaritmo do número de colaboradores; o logaritmo do valor de gastos em publicidade; o logaritmo do número de ações que compõem o capital social da instituição e a idade da instituição em 2011[229].

- **ATV** = Logaritmo do valor do ativo líquido da entidade;
- **COL** = Logaritmo do número de colaboradores;
- **PUB** = Logaritmo do valor dos gastos em publicidade;
- **ACS** = Logaritmo do número de ações que compõem o capital social da entidade;
- **ANT** – Idade da instituição em 2011.

Na tabela abaixo são apresentados os resultados dos coeficientes de associação entre as variáveis que medem a dimensão da instituição e a divulgação do capital intelectual e de cada um dos seus componentes. Os valores à esquerda são referentes ao teste paramétrico *R de Pearson* e à direita os resultados do teste não paramétrico *Ró de Spearman*[230].

Tabela 3.44 - Coeficiente de correlação para variáveis de dimensão e a divulgação nos relatórios anuais

	Pearson (Relatórios)				*Spearman* (Relatórios)			
	CI	CH	CE	CR	CI	CH	CE	CR
ATV	0,597 0,000	0,632 0,000	0,601 0,000	0,432 0,014	0,548 0,001	0,570 0,001	0,566 0,001	0,424 0,016
COL	0,753 0,000	0,726 0,000	0,716 0,000	0,640 0,000	0,608 0,000	0,598 0,000	0,579 0,001	0,527 0,002
PUB	0,658 0,000	0,539 0,001	0,664 0,000	0,603 0,000	0,693 0,000	0,528 0,002	0,722 0,000	0,646 0,000
ACS	0,748 0,000	0,693 0,000	0,718 0,000	0,652 0,000	0,675 0,000	0,572 0,001	0,643 0,000	0,610 0,000
ANT	0,560 0,001	0,508 0,000	0,575 0,001	0,465 0,007	0,450 0,010	0,425 0,015	0,483 0,005	0,364 0,041
	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32

Os resultados apresentados referentes às medidas de associações revelam correlações lineares positivas e estatisticamente significativas entre cada uma das variáveis e os índices de divulgação do capital intelectual, do capital humano, do capital estrutural e do capital relacional nos relatórios anuais dos bancos. O coeficiente de correlação de *Pearson* assume valores entre 0,432 e 0,753, provando existir uma moderada e alta correlação positiva entre as variáveis

[229] As variáveis ATV, COL e ACS foram também consideradas na análise à divulgação normativa dos ativos intangíveis efetuada no capítulo anterior, sendo, neste capítulo, os valores recolhidos nas informações em base individual (CAI).
[230] A análise à normalidade da distribuição dos dados das variáveis está apresentada na tabela A.5 do apêndice IX.

independentes e os valores dos índices de divulgação[231]. Sendo assim, a divulgação do capital intelectual e dos seus componentes nos relatórios anuais estão associadas na população com as caraterísticas consideradas (ATV, COL, PUB, ACS e ANT), permitindo o nível de significância ou probabilidade associada ao teste sobre a correlação concluir que a correlação entre as variáveis é estatisticamente significativa.

Tabela 3.45 - Coeficiente de correlação para variáveis de dimensão e a divulgação nas páginas *Web*

	Pearson (*Web*)				*Spearman* (*Web*)			
	CI	CH	CE	CR	CI	CH	CE	CR
ATV	0,666 0,000	0,460 0,008	0,618 0,000	0,561 0,001	0,578 0,001	0,305 0,090	0,613 0,000	0,530 0,002
COL	0,772 0,000	0,552 0,001	0,710 0,000	0,733 0,000	0,663 0,000	0,421 0,016	0,647 0,000	0,619 0,000
PUB	0,674 0,000	0,463 0,008	0,579 0,001	0,686 0,000	0,739 0,000	0,438 0,012	0,619 0,000	0,739 0,000
ACS	0,799 0,000	0,601 0,000	0,720 0,000	0,758 0,000	0,719 0,000	0,483 0,005	0,617 0,000	0,712 0,000
ANT	0,450 0,010	0,420 0,017	0,372 0,036	0,425 0,015	0,485 0,005	0,271 0,134	0,588 0,000	0,474 0,006
	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32

Também a associação entre as variáveis ATV, COL, PUB, ACS e ANT e a divulgação do capital intelectual e dos seus componentes nas páginas *Web* dos bancos se apresenta moderada e alta (valores de associação linear de *Pearson* entre 0,372 e 0,799) e estatisticamente significativa. Tais resultados permitem confirmar que as variáveis consideradas têm influência significativa na variação da divulgação do capital intelectual e de cada um dos seus componentes nas páginas *Web* das instituições bancárias.

Para procedermos à análise da dimensão como determinante da divulgação voluntária do capital intelectual nos bancos em Portugal, começamos por averiguar acerca da existência de variáveis que se apresentam correlacionadas entre si. Como podemos verificar através dos resultados apresentados na tabela A.7 do apêndice XI, as variáveis ATV, COL, PUB, ACS e ANT, apresentam-se fortemente intercorrelacionadas. Com consequência destes resultados, a variável dimensão resultará da utilização da técnica exploratória fatorial, a qual usa as correlações observadas entre as variáveis originais para estimar os fatores comuns que os ligam, atribuindo um *score* (quantificação) a "constructos" ou fatores que não são diretamente observáveis. Este *score* é uma representação parcimoniosa da informação presente em muitas variáveis num número reduzido de fatores não diretamente observáveis (Maroco, 2007).

[231] Tal como apresentado no capítulo anterior, consideramos a seguinte escala da força de associação: para $R<0,2$ a associação é muito fraca; $0,2 \leq R<0,4$ a associação é fraca; $0,4 \leq R<0,7$ a associação é moderada; $0,7 \leq R<0,9$ a associação é elevada; $0,9 \leq R \leq 1$ a associação é muito elevada.

Procura-se, assim, encontrar uma estrutura latente que explique, de uma forma mais reduzida, as correlações observadas entre as variáveis originais.

Tabela 3.46 – Técnica estatística de AF para a variável dimensão

		Comunalidades	*Loadings*	
ATV	Logaritmo do valor do ativo líquido da entidade	0,736	0,858	*Eigenvalues* = 3,611 Variância explicada = 72,218%
COL	Logaritmo do número de colaboradores	0,912	0,955	
PUB	Logaritmo do valor de gastos em publicidade	0,667	0,817	
ACS	Logaritmo do número de ações	0,742	0,861	
ANT	Idade da instituição em 2011	0,554	0,744	

KMO	0,817
Bartlett	χ^2 = 103,430 Df = 10 p=0,000

A medida *KMO* é de 0,817, o que indica que a AF se revela pertinente à obtenção de um fator que represente a escala[232]. O resultado da prova de *Bartlett* apresenta o elevado valor de 103,430 e com o nível de significância estatística p=0,000, o que aponta para a existência de uma elevada correlação entre os elementos que constituem a escala. Desta forma, os valores indicam que a aplicação da AF é adequada. Na tabela apresenta-se igualmente a parte de cada variável que é explicada pelos fatores comuns (comunalidades) e o número de fatores a reter (variância explicada), assim como o peso de cada fator (*loadings*). Podemos observar uma relação das variáveis com o fator retido, os quais se apresentam elevados em todas as variáveis. No que respeita à variação total explicada, pelo critério *Kaiser* apenas retemos um fator, tendo em conta que existe apenas um valor próprio (*eigenvalues*) superior a 1. O componente retido explica 72,218% da variação das variáveis originais, percentagem que representa a variável dimensão. A fim de comprovarmos a relação existente entre a divulgação do capital intelectual e a dimensão da instituição, definimos uma nova variável "dimensão" através da utilização da AF.

A variável dimensão, encontrada pela utilização da AF, não segue a distribuição normal[233], pelo que, apresentaremos os resultados do teste do coeficiente de correlação de *Pearson* e de *Spearman* para analisar a associação desta variável com a divulgação do capital intelectual e dos seus componentes, capital humano, capital estrutural e capital relacional, com interpretação do teste não paramétrico sempre que se verifiquem diferenças nos resultados.

[232] O valor de *KMO* (0,817) apresenta-se com nível "bom" na escala de *Kaiser*.
[233] Resultado do teste *K-S* de 0,166, com p<0,05 (tabela A.5 apresentada no apêndice IX).

Tabela 3.47 – Coeficiente de correlação para associação da variável dimensão com a divulgação do capital intelectual e dos seus componentes

		Coeficiente de correlação de *Pearson*				Coeficiente de correlação de *Spearman*			
		CI	CH	CE	CR	CI	CH	CE	CR
DIM	Relatórios	**0,784** **0,000**	**0,734** **0,000**	**0,772** **0,000**	**0,660** **0,000**	**0,608** **0,000**	**0,563** **0,001**	**0,614** **0,000**	**0,511** **0,003**
	Web	**0,814** **0,000**	**0,587** **0,000**	**0,743** **0,000**	**0,774** **0,000**	**0,714** **0,000**	**0,396** **0,025**	**0,665** **0,000**	**0,680** **0,000**
		N = 32	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32

Da análise aos resultados do coeficiente de correlação de *Spearman* verificam-se associações moderadas entre a dimensão e a divulgação do capital intelectual, do capital humano, do capital estrutural e do capital relacional nos relatórios anuais. A divulgação do capital intelectual nas páginas *Web* encontra-se fortemente associada à dimensão dos bancos, estando a divulgação do capital estrutural e do capital relacional associados moderadamente com a divulgação nas páginas *Web.* A divulgação do capital humano nas páginas *Web* encontra uma associação linear baixa com a dimensão dos bancos. Desta forma, a análise à associação da divulgação com a dimensão do banco permite-nos concluir, numa primeira abordagem, que os maiores bancos divulgam mais capital intelectual tanto nos relatórios anuais como nas páginas *Web*, tendo, no entanto, a dimensão maior influência na divulgação do capital intelectual nas páginas *Web.* Quanto à divulgação do capital humano, a dimensão da instituição apresenta-se com maior associação com a divulgação deste componente nos relatórios anuais, tendo a divulgação do capital estrutural nestas duas fontes de divulgação idêntica associação com a dimensão bancária. Esta análise é importante também ao nível da divulgação do capital relacional, comparando a divulgação deste componente nos relatórios anuais e nas páginas *Web*: o capital relacional é o componente que apresenta menor correlação com a divulgação realizada nos relatórios anuais e maior correlação com a divulgação nas páginas *Web*. Tal situação dever-se-á a que os bancos maiores possuem uma mais eficaz página *Web* para divulgar o seu capital relacional, dirigindo uma grande quantidade de informação deste componente para esse canal de informação.

Governo da sociedade

Consideramos que um maior número de administradores no conselho de administração e as remunerações dos órgãos de administração e fiscalização impulsionam atitudes de rigor e transparência, reduzindo os conflitos de agência e proporcionando uma maior divulgação de informação do capital intelectual[234]. Ho e Wong (2001) referem que a transparência é a chave da

[234] Embora a divulgação do montante anual das remunerações fixas e variáveis auferidas pelos membros dos órgãos de administração e fiscalização da sociedade seja obrigatória no âmbito do Relatório de governo das sociedades para entidades cotadas (Regulamento da CMVM n.º 1/2010), os dados dessas remunerações foram extraídos do Anexo na

divulgação voluntária, sendo uma das principais formas de monitorização. Considera-se assim, que uma variável que contemple medidas de governo da sociedade na divulgação do capital intelectual (a dimensão do conselho de administração e a remuneração atribuída aos membros de gestão e fiscalização) influencia positivamente a divulgação do capital intelectual pelos bancos que desenvolvem a sua atividade em Portugal. Com base nestes princípios, formulamos a seguinte hipótese de investigação[235]:

H2: *As medidas de governo da sociedade influenciam a divulgação de informação voluntária sobre o capital intelectual dos bancos que operam em Portugal.*

A análise à associação existente entre as variáveis DCON (dimensão do conselho de administração) e REM (remuneração dos órgãos de gestão e fiscalização) com a divulgação do capital intelectual e com todos os seus componentes nos relatórios anuais revela, em todos os resultados, uma associação linear moderada e estatisticamente significativa. Esta associação determina que a variação na divulgação do capital intelectual (e dos seus componentes) nos relatórios anuais é explicada em média pelas caraterísticas consideradas[236].

Tabela 3.48 – Coeficiente de correlação das variáveis de governo da sociedade e a divulgação nos relatórios anuais

	Pearson (Relatórios)				*Spearman* (Relatórios)			
	CI	CH	CE	CR	CI	CH	CE	CR
DCON	0,556 0,001	0,411 0,019	0,569 0,001	0,540 0,001	0,569 0,001	0,307 0,088	0,616 0,000	0,638 0,000
REM	0,539 0,001	0,420 0,017	0,513 0,003	0,542 0,001	0,519 0,002	0,477 0,016	0,567 0,001	0,582 0,000
	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32

Também a associação entre as variáveis de governo da sociedade e a divulgação efetuada nas páginas *Web* se apresenta, na generalidade, moderada e estatisticamente significativa, como é visível nos resultados apresentados na tabela 3.49 apresentada de seguida.

componente de gastos com o pessoal, dado que, nem todas as sociedades possuem Relatório de governo das sociedades.

[235] Tal como na variável anterior, para cumprirmos o objetivo de análise a cada um dos componentes do capital intelectual em cada uma das fontes de divulgação de informação, são formuladas hipóteses para a variável governo da sociedade em cada um desses componentes, as quais estão igualmente apresentadas no apêndice X.

[236] A variável DCON não segue a distribuição normal (p=0,000), tendo a variável REM um p=0,123 que indica a distribuição normal nos dados desta variável (tabela A.6 apresentada no apêndice IX).

Tabela 3.49 - Coeficiente de correlação das variáveis do fator governo da sociedade e a divulgação nas páginas *Web*

	Pearson (*Web*)				*Spearman* (*Web*)			
	CI	CH	CE	CR	CI	CH	CE	CR
DCON	0,615 0,000	0,703 0,000	0,473 0,006	0,562 0,001	0,578 0,001	0,231 0,203	0,633 0,000	0,524 0,002
REM	0,561 0,000	0,423 0,016	0,472 0,006	0,565 0,001	0,619 0,000	0,341 0,056	0,574 0,001	0,627 0,000
	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32

Deveremos salientar a influência da variável "dimensão do conselho de administração" na divulgação do capital humano nas páginas *Web*, a qual se apresenta, pelo coeficiente de *Pearson*, com elevada associação para explicar a variação na divulgação deste componente na *internet*, não tendo forte associação com a divulgação do mesmo componente nos relatórios anuais. Estes resultados evidenciam uma acentuada influência de um maior número de membros do conselho de administração na divulgação de indicadores do capital humano nas páginas *Web* dos bancos que gerem. Salientamos, no entanto, a discrepância nos resultados deste componente pelo coeficiente não paramétrico de *Spearman*, o qual, em relação ao capital humano, se apresenta com associação linear baixa e sem significância estatística. Tais resultados devem-se ao facto de os testes paramétricos analisarem valores exatos das médias e os testes não paramétricos analisarem frequências.

As variáveis consideradas para esta análise (dimensão do conselho de administração e remuneração dos órgãos de gestão e fiscalização) apresentam um valor de coeficiente de correlação que representa existir correlação elevada entre elas (tabela A.7 no apêndice XI). Deste modo, procedemos à redução das variáveis, permitindo com a técnica estatística de AF determinar o peso com que cada uma das variáveis concorre para a determinação da relevância da nova variável (governo da sociedade) com vista a avançar posteriormente algumas conclusões sobre a sua influência na divulgação do capital intelectual (e dos seus componentes).

Tabela 3.50 – Técnica estatística de AF para a variável governo da sociedade

		Comunalidades	*Loadings*			
DCON	Dimensão do conselho de administração	0,783	0,885	*Eigenvalues* = 1,567	*KMO*	0,500
REM	Logaritmo do valor das remunerações dos órgãos de gestão e fiscalização em 2010	0,783	0,885	Variância explicada = 78,339%	*Bartlett*	χ^2 = 11,431 Df = 1 p=0,001

Embora o valor *KMO* se apresente baixo para prosseguir a AF, uma análise à correlação entre as variáveis apresenta valores relativamente elevados nas comunalidades e nos pesos (*loadings*). O teste de *Bartlett* surge com um valor de 11,431 e um nível de significância estatística de 0,001,

que indica uma elevada correlação entre os elementos que constituem a escala, o que revala que a AF se considera adequada.

A fim de testarmos a hipótese formulada, começamos por analisar a associação entre a variável governo da sociedade e o índice de divulgação do capital intelectual, assim como as categorias que o compõem, tanto nos relatórios anuais como nas páginas *Web*[237].

Tabela 3.51 – Coeficiente de correlação para associação da variável governo da sociedade e a divulgação do capital intelectual e dos seus componentes

		Coeficiente de correlação de *Pearson*				Coeficiente de correlação de *Spearman*			
		CI	CH	CE	CR	CI	CH	CE	CR
GSOC	Relatórios	**0,619** **0,000**	**0,469** **0,007**	**0,611** **0,000**	**0,611** **0,000**	**0,582** **0,000**	**0,414** **0,019**	**0,568** **0,001**	**0,654** **0,000**
	Web	**0,629** **0,000**	**0,613** **0,000**	**0,507** **0,003**	**0,595** **0,000**	**0,604** **0,000**	**0,350** **0,050**	**0,599** **0,000**	**0,569** **0,001**
		N = 32	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32

		Coeficiente de correlação de *Pearson*				Coeficiente de correlação de *Spearman*			
(Sem *outliers*)		CI	CH	CE	CR	CI	CH	CE	CR
GSOC	Relatórios	**0,534** **0,003**	**0,347** **0,070**	**0,540** **0,003**	**0,542** **0,003**	**0,430** **0,022**	0,251 0,197	**0,399** **0,035**	**0,558** **0,002**
	Web	**0,566** **0,002**	**0,319** **0,098**	**0,587** **0,001**	**0,467** **0,012**	**0,519** **0,005**	0,176 0,371	**0,546** **0,003**	**0,429** **0,023**
		N = 28	N = 28	N = 28	N = 28	N = 28	N = 28	N = 28	N = 28

A análise às correlações apresentadas pelos coeficientes de *Pearson* e de *Spearman* permite verificar uma associação linear positiva, moderada e estatisticamente significativa entre esta variável e a divulgação do capital intelectual nos relatórios anuais, assim como dos seus componentes, capital humano, capital estrutural e capital relacional. No que diz respeito à associação com a divulgação nas páginas *Web* verifica-se igualmente uma associação linear moderada do índice de divulgação do capital intelectual, do capital humano, do capital estrutural e do capital relacional e a variável governo da sociedade através do coeficiente paramétrico de *Pearson*, que apresentam os seguintes valores: 0,629; 0,613; 0,507 e 0,595, respetivamente. O efeito da exclusão das observações afastadas das restantes[238] conduz à conclusão de que os bancos excluídos (essencialmente os que possuíam valores de medidas de governo da sociedade acima dos restantes) eram dos que apresentavam uma maior divulgação voluntária do capital humano nas páginas *Web*[239]. Estes resultados resultam da confirmação de que são os bancos

[237] O teste à normalidade dos dados de *K-S* resulta numa distribuição não normal (p<0,05) da variável governo da sociedade (tabela A.6 apresentada no apêndice IX).
[238] Um *outlier* moderado abaixo da média dos restantes (correspondente ao banco ActivoBank) e três *outliers* moderados acima da média dos restantes (BES, BES I e BPI).
[239] Os artigos 70º e 508º-E do CSC, assim como as exigências de publicação constantes do CVM referem-se a obrigações de efetuar a publicação de informação institucional, nomeadamente documentos de prestação de contas e a estrutura e as práticas de governo societário, no sítio da *internet* das entidades. Esta obrigação de publicação em

com mais administradores no seu conselho de administração os que divulgam mais acerca do capital humano nas páginas *Web*, sendo, por isso, os que menos receiam as consequências menos positivas que poderiam advir da divulgação deste componente nas páginas *Web* (razão que poderá ser a que leva os restantes bancos a não divulgarem este componente através deste canal de comunicação). Esta constatação poderá derivar igualmente de existir, por parte dos bancos com maior número de administradores (e maior volume de remunerações dos órgãos de gestão e fiscalização), a preocupação com a sua monitorização e redução dos custos de agência e dos custos de propriedade.

Rendibilidade

Motivado pelas teorias de divulgação voluntária, o desempenho de uma organização pode ser incentivador da divulgação de informação sobre o capital intelectual. As organizações mais rentáveis poderão ter motivações para divulgar voluntariamente informação do capital intelectual fruto da acentuada existência de relações de agência, as quais poderão justificar que os agentes, com vista à obtenção de vantagens próprias, promovam a divulgação de informação para justificar a sua posição na organização e aumentar a sua compensação. Também a busca de uma maior credibilidade e legitimidade junto dos *stakeholders* poderá incentivar a que as organizações mais rentáveis divulguem mais informação sobre o capital intelectual. No entanto, há evidências contraditórias nos resultados de estudos de associação entre a variável rendibilidade e a divulgação voluntária do capital intelectual[240], pelo que, não há nenhuma expetativa adequada sobre o sinal desta variável, formulando-se a hipótese de investigação de variação na divulgação de informação, muito embora não se preveja, com rigor, o sentido dessa variação[241]:

H3: *A divulgação de informação voluntária sobre o capital intelectual varia com a rendibilidade do banco.*

Para testar a hipótese formulada consideramos as variáveis ROA e ROE[242].

nada se relaciona com a divulgação de informação dos indicadores constantes do índice de divulgação construído e, tal como referido, os documentos não foram tidos em consideração na divulgação realizada nas páginas *Web*.

[240] Estudos que concluíram existir uma associação positiva (Gómez Rodríguez, 2003; García-Meca e Martínez, 2005; Cerbioni e Parbonetti, 2007; García-Meca e Martínez, 2007 e Costa, 2010). Estudos que não encontraram qualquer associação (Williams, 2001; García-Meca *et al.*, 2005; Bozzolan *et al.*, 2006; Oliveira *et al.*, 2006; Li *et al*., 2008; Ferreira, 2008; Gan *et al*., 2008; Yau *et al.*, 2009; Cormier *et al*., 2009 e Hidalgo *et al.*, 2011) e estudos cujos resultados apresentaram associação negativa entre a rendibilidade e a divulgação do capital intelectual (Firer e Williams, 2005 e Orens *et al*., 2009).

[241] São igualmente formuladas as hipóteses de divulgação nos relatórios anuais e nas páginas *Web* para cada um dos componentes do capital intelectual, as quais estão apresentadas no apêndice X.

[242] Estas medidas, juntamente com a RPB, são as contempladas pela Instrução n.º 16/2004 do BdP como obrigatoriamente apresentadas para medir a rendibilidade dos bancos. No entanto, dada a baixa significância de associação da variável RPB com as variáveis dependentes e a sua "perturbação" na adequação da aplicação da AF, resolvemos excluí-la desta análise, resultando a inclusão das variáves ROA e ROE como variáveis a a considerar.

Uma análise à associação entre as variáveis de rendibilidade e os índices de divulgação do capital intelectual e dos componentes de capital humano, capital estrutural e capital relacional, são apresentados na tabela abaixo[243].

Tabela 3.52 – Coeficiente de correlação para associação das variáveis de rendibilidade nos relatórios anuais e nas páginas *Web*

	Pearson (Relatórios)				*Pearson* (*Web*)			
	CI	CH	CE	CR	CI	CH	CE	CR
ROA	-0,185 0,310	-0,307 0,087	-0,085 0,645	-0,133 0,467	-0,080 0,662	-0,084 0,648	-0,079 0,668	-0,060 0,745
ROE	-0,100 0,587	-0,240 0,187	0,001 0,994	-0,053 0,775	0,001 0,994	-0,055 0,764	0,052 0,777	-0,025 0,893
	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32

Os resultados da correlação entre as variáveis de ROA e ROE e a divulgação concretizada nos relatórios anuais e nas páginas *Web* revelam que, genericamente, não existe significância estatística para concluir acerca da associação entre as mesmas (apresentando valores muito superiores aos níveis de significância previamente fixados). Apenas a divulgação do capital humano nos relatórios anuais apresenta uma associação linear negativa e baixa, com R = -0,307, sendo estatisticamente significativa para um nível de significância $\alpha<0,1$. Assim sendo, os bancos com menor rácio de rendibilidade do ativo são os que divulgam mais informação de capital humano nos relatórios anuais.

As variáveis de rendibilidade expostas apresentam-se com elevada correlação entre si (tabela A.7 apresentada no apêndice XI) e não correlacionadas com as demais variáveis (tabela A.8 no apêndice XI), o que nos conduz, uma vez mais, à utilização da técnica de AF, a partir da qual criaremos uma nova variável "rendibilidade".

A AF resulta num valor de *KMO* de 0,500, que, embora não se apresentando elevado, parece-nos suficiente para a obtenção de um fator que represente a escala. O teste de prova de esferacidade de *Bartlett* é de 21,617, estatisticamente significativo para o nível de significância estatística de p=0,000, sendo a variância total explicada por esta variável de 86,036%. O peso (*loadings*) das variáveis apresenta-se igualmente com valores elevados, assim como os valores das comunalidades. Estes resultados indicam a correlação entre o par de variáveis e a rejeição da hipótese de que a matriz de correlações seja a matriz identidade, o que nos permite continuar com a AF.

[243] As variáveis ROA e ROE apresentam-se com distribuição normal (p>0,05), sendo, por isso, apresentado apenas o coeficiente de correlação paramétrico de *Pearson* (ver tabela de normalidade na tabela A.6 no apêndice IX).

Tabela 3.53 – Técnica estatística de AF da variável rendibilidade

		Comunalidades	*Loadings*			
ROA	Rendibilidade do ativo	0,860	0,928	*Eigenvalues* = 1,721	*KMO*	0,500
ROE	Rendibilidade dos capitais próprios	0,860	0,928	Variância explicada = 86,036%	*Bartlett*	χ^2 = 21,617 Df = 1 p=0,000

A associação entre a rendibilidade e a divulgação do capital intelectual, do capital humano, do estrutural e do capital relacional é apresentada na matriz de correlações abaixo[244].

Tabela 3.54 – Coeficiente de correlação para associação da variável rendibilidade e a divulgação do capital intelectual e dos seus componentes

		Coeficiente de correlação de *Pearson*			
		CI	CH	CE	CR
REND	Relatórios	-0,154 0,401	-0,295 0,102	-0,045 0,807	-0,100 0,585
	Web	-0,043 0,817	-0,075 0,683	-0,014 0,938	-0,046 0,804
		N = 32	N = 32	N = 32	N = 32

A variável rendibilidade apresenta-se com uma associação negativa com a divulgação do capital intelectual (e com os componentes) nos relatórios anuais e nas páginas *Web*. Embora nenhuma das associações se apresente estatisticamente significativa, da análise dos resultados conclui-se que os bancos com maior rendibilidade serão aqueles que apresentam menor divulgação do capital intelectual, do capital humano, do capital estrutural e do capital relacional. Uma análise conjunta da variável rendibilidade com as restantes variáveis independentes é justificada para que se verifique o comportamento numa vertente multivariada. Tal significa que, não sendo visível qualquer padrão de associação, individualmente considerada, entre as variáveis dependentes e a variável independente rendibilidade, não se pode afirmar de modo definitivo a não existência de qualquer associação entre as variáveis, se consideradas no conjunto e não isoladamente[245].

Eficiência operativa

A Instrução n.º 16/2004 do BdP exige a divulgação de indicadores de eficiência operativa, considerando que a *ratio cost-to-income* (que resulta da proporção dos gastos de estrutura sobre o produto bancário) e a *ratio* de proporção dos gastos com o pessoal sobre o produto bancário,

[244] A variável rendibilidade apresenta uma distribuição normal com um resultado do teste *K-S* de 0,121 com p=0,200 (p>0,05) (tabela A.6 do apêndice IX).
[245] Note-se a associação que a variável rendibilidade assume com a variável eficiência (tabela A.8 no apêndice XI).

são indicadores de medida de eficiência bancária. A consideração de que a eficiência operativa é uma medida que representa a qualidade da gestão do banco (Poghosyan, 2010) e que os bancos mais eficientes terão mais interesse na divulgação de informação para manterem a sua posição de reputação e legitimidade, é de esperar que as entidades que apresentem um menor valor do indicador de eficiência operativa (dado que representa a proporção de gastos sobre rendimentos) divulguem mais informação voluntária do capital intelectual, do capital humano, do capital estrutural e do capital relacional[246].

H4: *Os bancos que apresentam melhor rácio de eficiência operativa divulgam mais informação voluntária do capital intelectual.*

Analisaram-se, assim, as medidas de eficiência propostas pela referida Instrução do BdP para que se verifique a sua influência sobre a divulgação do capital intelectual dos bancos.

Tabela 3.55 - Coeficiente de correlação para a associação entre as variáveis de eficiência operativa e a divulgação nos relatórios anuais e nas páginas *Web*[247]

	Pearson (Relatórios)			
	CI	CH	CE	CR
CTI	-0,120 0,512	-0,061 0,741	-0,193 0,291	-0,078 0,672
GCP	-0,020 0,915	-0,005 0,979	-0,095 0,607	-0,040 0,828
	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32

	Spearman (Relatórios)			
	CI	CH	CE	CR
CTI	0,050 0,783	0,128 0,487	-0,076 0,680	0,075 0,683
GCP	0,068 0,713	0,147 0,422	-0,083 0,650	0,114 0,534
	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32

Os resultados apresentados para a associação dos indicadores de eficiência operativa (*cost-to-income* e gastos com o pessoal) com a divulgação do capital intelectual, do capital humano e do capital relacional nos relatórios anuais, apresentam-se pelo coeficiente de correlação de *Pearson* com associação negativa, embora muito fraca e sem significância estatística. Os resultados não paramétricos de *Spearman* revelam uma associação positiva, muito fraca e sem significância estatística, com exceção do capital estrutural, o qual se apresenta com uma associação linear negativa, embora a um nível muito baixo. Salvaguardando a não significância estatística para concluir acerca das associações apresentadas, estes dados revelam que os bancos com melhor eficiência operativa (menores valores de rácios) divulgam, genericamente, mais capital intelectual, capital humano, capital estrutural e capital relacional nos relatórios anuais.

[246] No apêndice X são apresentadas as hipóteses formuladas para analisar a influência da variável eficiência operativa em cada um dos componentes do capital intelectual, divulgados nos relatórios anuais e nas páginas *Web*.
[247] Ambas as variáveis (CTI e GCP) apresentam resultados dos teste de normalidade que prova a não normalidade dos dados destas variáveis ($p<0,05$) (tabela A.6 apresentada no apêndice IX).

Tabela 3.56 - Coeficiente de correlação para a associação entre as variáveis de eficiência operativa e a divulgação nas páginas *Web*

	Pearson (*Web*)				*Spearman* (*Web*)			
	CI	CH	CE	CR	CI	CH	CE	CR
CTI	-0,178 0,328	-0,056 0,762	-0,229 0,207	-0,139 0,458	-0,029 0,873	-0,001 0,994	-0,151 0,110	0,028 0,881
GCP	-0,085 0,644	-0,013 0,943	-0,153 0,402	-0,026 0,886	0,015 0,937	0,032 0,861	-0,091 0,621	0,105 0,567
	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32

A divulgação efetuada nas páginas *Web* não altera de forma expressiva os resultados da divulgação nos relatórios anuais. No entanto, é de salientar a maior divulgação do capital intelectual e de todos os componentes (essencialmente a divulgação do capital estrutural) nesta fonte de informação, pelos bancos com melhor eficiência operativa medida pelas variáveis consideradas.

A análise aos resultados de correlação entre as variáveis independentes consideradas mostra uma associação forte entre ambas as variáveis (CTI e GCP), com um coeficiente de correlação de *Pearson* de 0,831 e correlação de *Spearman* de 0,867 (tabela A.7 no apêndice XI). Deste modo, procedemos, uma vez mais, à técnica estatística de AF de redução de variáveis.

Tabela 3.57 – Técnica estatística de AF para a variável eficiência operativa

		Comunalidades	*Loadings*			
CTI	*Cost-to-income*	0,916	0,957	*Eigenvalues* = 1,831	*KMO*	0,500
GCP	Gastos com o pessoal	0,916	0,957	Variância explicada = 91,565%	*Bartlett*	$\chi^2 = 34,652$ Df = 1 p=0,000

Os resultados apresentados permitem-nos verificar que estes dois indicadores têm uma qualidade de correlação suficiente para prosseguir com a AF, e que, embora apresentando um valor baixo de *KMO* de 0,500, o resultado do teste de *Bartlett*, que é de 34,652, apresenta-se estatisticamente significativo para o nível de significância estatística de p=0,000. A variância total explicada pelos fatores comuns é de 91,565%, apresentando-se com valores de *loadings* e comunalidades altos.

A tabela seguinte revela a associação que esta medida apresenta com a divulgação de informação voluntária do capital intelectual e dos seus componentes através do resultado dos testes de correlação de *Pearson* e de *Spearman*[248].

[248] A variável eficiência operativa apresenta-se com uma distribuição de dados não normal, com resultado do teste *K-S* de 0,236 e p=0,000 (tabela A.6 do apêndice IX).

Tabela 3.58 – Coeficiente de correlação para a associação entre a variável eficiência operativa e a divulgação do capital intelectual e dos seus componentes

		Coeficiente de correlação de *Pearson*				Coeficiente de correlação de *Spearman*			
		CI	CH	CE	CR	CI	CH	CE	CR
EFI	Relatórios	-0,073 0,691	-0,034 0,852	-0,150 0,413	-0,020 0,914	0,082 0,655	0,172 0,345	-0,058 0,751	0,116 0,528
	Web	-0,138 0,453	-0,036 0,845	-0,200 0,273	-0,085 0,644	-0,002 0,991	0,031 0,865	-0,113 0,537	0,072 0,696
		N = 32	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32

		Coeficiente de correlação de *Pearson*				Coeficiente de correlação de *Spearman*			
Sem *outliers*		CI	CH	CE	CR	CI	CH	CE	CR
EFI	Relatórios	0,273 0,169	0,246 0,216	0,116 0,563	**0,375** **0,054**	0,271 0,171	**0,417** **0,031**	0,146 0,466	**0,329** **0,094**
	Web	0,194 0,335	0,069 0,732	0,124 0,538	0,275 0,165	0,231 0,246	-0,049 0,809	0,203 0,310	0,283 0,152
		N = 27	N = 27	N = 27	N = 27	N = 27	N = 27	N = 27	N = 27

O coeficiente de correlação de *Pearson* apresenta uma associação negativa entre a variável eficiência operativa e a divulgação do capital intelectual (e das suas categorias) nos relatórios anuais e nas páginas *Web*, no entanto, esta associação não se apresenta estatisticamente significativa com nenhum dos índices de divulgação. A associação negativa desta variável significa que os bancos mais eficientes divulgam mais informação tanto nos relatórios anuais como nas páginas *Web*, não sendo, no entanto, a associação estatisticamente significativa para assegurar esta constatação. De referir a diferença de resultados derivados da exclusão de cinco observações aberrantes moderadas acima da média das restantes[249]. Esta exclusão fez inverter o sinal da associação entre a variável e os índices de divulgação, assim como, fez revelar-se significativa a sua relação com a divulgação do capital humano e do capital relacional nos relatórios anuais (pelo teste não paramétrico). Tal significa que após essa exclusão, os bancos menos eficientes que permaneceram em análise (sinal positivo da associação) revelaram-se como os que mais divulgam sobre os indicadores do capital humano e do capital relacional nos relatórios anuais (revelado nos dados da correlação de *Spearman*). Esta situação advém de, nos bancos com maior rácio de eficiência estarem dos mais baixos índices de divulgação e, da mesma forma, de entre os bancos com menor rácio de eficiência estarem igualmente os menores níveis de divulgação, ou seja, há nos extremos de eficiência operativa os menores índices de divulgação, sendo nos bancos com valores médios de eficiência operativa que se encontram maiores níveis de divulgação. A não significância estatística na generalidade dos resultados em ambas as situações (com e sem *outliers*) confirma a concentração da maior divulgação nos bancos que apresentam um indicador de eficiência médio.

[249] Correspondente aos cinco bancos com menor eficiência operativa (o banco ActivoBank, o Banco Português de Gestão, o Banco Privado Atlântico Europa, o BBVA (Portugal) e o Finibanco).

Apesar da não significância estatística da associação na análise individual desta variável, consideramos, tal como na variável rendibilidade, que uma análise multivariada poderá revelar a sua influência na divulgação de informação do capital intelectual, atendendo à sua associação com a variável rendibilidade apresentada na tabela A.8 constante do apêndice XI.

Solvabilidade

A rácio *Tier 1* (medida de solvabilidade imposta pelo BdP às instituições financeiras que supervisiona) contempla o "capital de melhor qualidade"[250] em termos de disponibilidade e capacidade de absorção por perdas, sendo, por isso, estabelecido um nível mínimo de capital que as instituições devem ter em função dos requisitos de fundos próprios decorrentes dos riscos associados à sua atividade (risco de mercado, risco de crédito e risco cambial).

Ao ser demonstrado um sinal positivo na medida de solvabilidade e na sua associação com a divulgação do capital intelectual, demonstra-se também um maior alinhamento no interesse em relação ao sucesso do banco (Wang *et al*., 2011). É, por isso, de esperar que os bancos que se apresentem com maior solidez financeira (através de uma adequada gestão de capital) divulguem mais informação do capital intelectual. Formulamos para esta variável a seguinte hipótese de investigação[251]:

H5: *Os bancos que apresentam melhor rácio de solvabilidade (medida pelo indicador Tier 1) divulgam mais informação voluntária do capital intelectual.*

Para analisarmos a variável que representa a rácio de capital (ou de solvabilidade), começamos por estudar a sua associação com os índices de divulgação considerados. Para tal, realizamos os testes de correlação de *Pearson* e de *Spearman* representados na tabela abaixo[252].

[250] Segundo o BdP, a qualidade do capital da instituição é avaliado em termos de permanência e capacidade de absorção de prejuízos, deduzido de eventuais prejuízos e de certos elementos sem valor de realização autónomo numa perspetiva de continuidade da atividade de uma instituição (Comunicado relativo a Aviso do BdP sobre reforço da rácio "C*ore Tier 1*" das instituições de crédito, em http://www.bportugal.pt/pt-PT/OBancoeoEurosistema/ComunicadoseNotasdeInformacao/Paginas/combp20110407.aspx).

[251] Para a qual, tal como nas variáveis anteriores, estão formuladas as hipóteses para cada um dos componentes do capital intelectual no apêndice X.

[252] Os dados desta variável apresentam-se com distribuição não normal (*K-S* de 0,312 com p=0,000).

Tabela 3.59 – Coeficiente de correlação para a associação entre a variável solvabilidade e a divulgação do capital intelectual e dos seus componentes

		Coeficiente de correlação de *Pearson*				Coeficiente de correlação de *Spearman*			
		CI	CH	CE	CR	CI	CH	CE	CR
TIER1	Relatórios	**-0,309** **0,085**	**-0,318** **0,076**	**-0,298** **0,097**	-0,242 0,181	**-0,396** **0,025**	**-0,530** **0,002**	-0,276 0,126	**-0,328** **0,067**
	Web	-0,269 0,137	-0,098 0,595	**-0,330** **0,065**	-0,214 0,240	**-0,413** **0,019**	**-0,326** **0,068**	**-0,320** **0,074**	**-0,414** **0,019**
		N = 32	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32

Média	17,77
Min.	6,20
Max.	106,90
DP	20,879

Sem *outliers*		Coeficiente de correlação de *Pearson*				Coeficiente de correlação de *Spearman*			
		CI	CH	CE	CR	CI	CH	CE	CR
TIER1	Relatórios	-0,036 0,860	0,027 0,896	-0,129 0,529	0,002 0,992	-0,315 0,117	**-0,491** **0,011**	-0,108 0,599	-0,284 0,160
	Web	-0,248 0,222	-0,284 0,159	-0,067 0,743	**-0,346** **0,083**	-0,255 0,209	**-0,394** **0,046**	-0,011 0,957	**-0,386** **0,051**
		N = 26	N = 26	N = 26	N = 26	N = 26	N = 26	N = 26	N = 26

Média	10,34
Min.	6,20
Max.	18,40
DP	2,866

Os bancos que operam em Portugal apresentam valores médios de rácio de solvabilidade (medida pelo indicador *Tier 1*) de 17,77%, com os valores a oscilar entre um mínimo de solvabilidade de 6,20% e um máximo de 106,90%[253]. O DP é de 20,879%, que representa uma acentuada dispersão dos valores em relação à média do valor de solvabilidade. Pelos valores médios apresentados pode verificar-se que, de um ponto de vista geral, a exigência do BdP está cumprida na exigência de uma rácio não inferior a 8% (para 2010), no entanto, há bancos com valores inferiores a esse patamar mínimo exigido (mínima de divulgação de 6,20%)[254].

Uma maior rácio de solvabilidade deverá estar associada a uma maior divulgação do capital intelectual e dos seus componentes. No entanto, os bancos que apresentam as menores rácios de solvabilidade estão entre os que divulgam mais, revelando, por isso, uma associação negativa. A exclusão de 6 *outliers* na variável solvabilidade (excluídos os bancos com elevado valor de solvabilidade), manteve, genericamente, a associação negativa, o que significa que não foram excluídos os bancos que divulgam mais, mas sim, dos que divulgam menos, e por isso, uma maior solvabilidade está associada a uma menor divulgação (e *vice versa*).

Como podemos verificar na tabela A.8 apresentada no apêndice XI, há uma correlação negativa e estatisticamente significativa entre a dimensão e a solvabilidade, verificando-se que os bancos de maior dimensão (que são os que apresentam maior associação com a divulgação) são também

[253] O resultado da fração dos fundos próprios de base (calculados pela aplicação do Aviso n.º 12/92 do BdP) sobre os requisitos de fundos próprios (que decorrem da aplicação do ponto 1 do artigo 7º do Decreto-lei n.º 104/2007 de 3 de abril) assume os valores apresentados.

[254] A exclusão de seis *outliers* acima do valor da última média (três severos e três moderados), que representam os bancos com um mais acentuado valor de solvabilidade, faz baixar a média deste indicador dos bancos para 10,34%, com o máximo a situar-se nos 18,40%. Esta exclusão faz baixar o DP para 2,866%, significando uma maior homogeneidade dos valores de solvabilidade apresentados pelos bancos em Portugal. Os bancos com maior *Tier 1* são, no ano de 2010, o Banco Privado Atlântico Europa, o Banco Rural Europa, o BIG, o Banco L.J.Carregosa, o Banco Mais e o Banco Português de Gestão e os bancos com menor solvabilidade (e abaixo do patamar dos 8%) são o Finibanco, o BPN, o BES I e o BPI.

os que têm menor valor de solvabilidade (*Tier 1*). Deste modo, consideramos que esta variável quando considerada em conjunto com as restantes variáveis independentes incluídas na análise, poderá revelar-se um fator explicativo da divulgação do capital intelectual, sobre a qual se poderão extrair conclusões relevantes.

3.2 - Estudo dos determinantes através do modelo de regressão linear múltipla

Segundo Pestana e Gageiro (2008), o modelo de regressão é um modelo estatístico usado para prever o comportamento de uma variável quantitativa (variável dependente ou *Y*) a partir de uma ou mais variáveis relevantes de natureza intervalo ou *ratio* (variáveis independentes ou *X*), informando sobre a margem de erro dessas previsões. Este modelo pressupõe também que as variáveis exógenas sejam linearmente independentes, ou seja, que não exista associação linear entre duas ou mais variáveis exógenas. A existir essa associação, não seria permitida a separação da influência de cada uma das variáveis independentes (exógenas) na variável dependente (endógena). A fim de testar a existência de multicolinearidade entre as variáveis independentes, foram analisadas as sua correlações (apresentadas nas tabelas A.7 e A.8 constantes do apêndice XI) e os valores de VIF e de tolerância (tabela A.9 no apêndice XII), os quais revelam apresentar-se adequados para aplicação do modelo (ausência de autocorrelação e de multicolinearidade).

No nosso modelo, apesar de em algumas variáveis utilizadas termos violado os pressupostos da sua utilização por terem sido usadas variáveis de natureza discreta em vez de contínuas, assim como a normalidade de algumas das variáveis dependentes ter sido infringida (tabela A.4 constante do apêndice IX), pensamos tratar-se de uma técnica de inferência estatística adequada ao problema que pretendemos analisar, por ser a que mais consenso reúne em estudos deste âmbito. Deste modo, iremos neste ponto reportar-nos à análise ao MRLM das variáveis dependentes (*Y* = divulgação do capital intelectual, do capital humano, do capital estrutural e do capital relacional) sobre o conjunto das variáveis independentes (*X* = dimensão do banco, caraterísticas de governo da sociedade, rendibilidade bancária, eficiência operativa e solvabilidade bancária). A questão a que pretendemos responder é a de saber se a extensão da divulgação do capital intelectual (e cada um dos seus componentes), efetuada nos relatórios anuais e nas páginas *Web* dos bancos, é globalmente explicada pelo conjunto de variáveis explicativas dessa divulgação, dadas por um conjunto de caraterísticas organizacionais selecionadas.

Em consonância com as hipóteses formuladas (apêndice X), desenvolvemos o MRLM apresentado como se segue:

Quadro 3.10 – Modelo a aplicar

$$CI = \alpha + \beta_1 DIM + \beta_2 GSOC + \beta_3 REND + \beta_4 EFI + \beta_5 TIER1 + \xi it$$

Fator **DIM - Dimensão**	**ATV -** Logaritmo do valor do ativo líquido da entidade **COL -** Logaritmo do número de colaboradores **PUB -** Logaritmo do valor de gastos em publicidade **ACS -** Log. do número de ações que compõem o capital social da entidade **ANT -** Idade da organização em 2011
Fator **GSOC - Governo da sociedade**	**DCON -** Número de administradores no conselho de administração **REM -** Logaritmo do valor das remunerações pagas aos membros do conselho de administração e fiscalização
Fator **REND - Rendibilidade**	**ROA -** Resultado líquido / ativo x100 **ROE -** Resultado líquido / capitais próprios x100
Fator **EFI - Eficiência operativa**	**CTI -** Gastos de estrutura / produto bancário x 100 **GCP -** Gastos com o pessoal / produto bancário x 100
TIER1 - Solvabilidade	**TIER1 -** Fundos próprios de base / (requisitos de fundos próprios x12,5) x 100 (segundo o Aviso n.º 16/2004 do BdP)

Fonte: elaboração própria.

O modelo apresentado no quadro acima será aplicado separadamente para a divulgação do capital intelectual nos relatórios anuais e nas páginas *Web*, assim como para os seus componentes ou categorias (capital humano, capital estrutural e capital relacional) em cada uma dessas fontes de divulgação de informação.

3.2.1 – Determinantes da divulgação do capital intelectual

No que respeita à divulgação do capital intelectual, os resultados da aplicação do MRLM para se inferir sobre a divulgação efetuada nos relatórios anuais e nas páginas *Web* são apresentados na tabela abaixo.

Tabela 3.60 – Resultados do MRLM para a divulgação do capital intelectual

$CI_{relatórios} = \alpha + \beta_1 DIM + \beta_2 GSOC + \beta_3 REND + \beta_4 EFI + \beta_5 TIER1 + \xi it$

Variáveis independentes	Coeficientes não Stand.		Coefic. Stand.	t	p
	β	Std.Error	β		
(Constant)	0,428	0,035		12,262	0,000
DIM	**0,137**	0,035	0,621	3,888	**0,001**
GSOC	**0,060**	0,032	0,272	1,907	**0,068**
REND	-0,030	0,030	-0,136	-0,990	0,331
EFI	-0,021	0,030	-0,093	-0,678	0,504
TIER1	0,000	0,001	0,035	0,265	0,793

R = 0,820
R^2 = 0,672
R^2 Adj = 0,609
D-W = 2,412

$CI_{Web} = \alpha + \beta_1 DIM + \beta_2 GSOC + \beta_3 REND + \beta_4 EFI + \beta_5 TIER1 + \xi it$

Coeficientes não Stand.		Coefic. Stand.	t	p
β	Std.Error	β		
0,270	0,020		13,641	0,000
0,110	0,020	0,793	5,430	**0,000**
0,027	0,018	0,196	1,534	0,137
0,003	0,017	0,019	0,157	0,876
-0,019	0,017	-0,136	-1,106	0,279
0,001	0,001	0,179	1,482	0,150

R = 0,859
R^2 = 0,738
R^2 Adj = 0,688
D-W = 1,972

A variável dimensão apresenta-se como fator explicativo da divulgação de informação do capital intelectual nos relatórios anuais dos bancos (com um valor p=0,001), confirmando-se a hipótese de que os bancos de **maior dimensão** divulgam significativamente mais informação voluntária do **capital intelectual nos relatórios anuais** do que os bancos de menor dimensão. A variável de governo da sociedade apresenta-se estatísticamente significativa (embora a um nível de significância estatística $\alpha<0,1$) para explicar a divulgação do capital intelectual nos relatórios anuais, confirmando-se que medidas de **governo da sociedade** influenciam positivamente a divulgação voluntária do **capital intelectual nos relatórios anuais** dos bancos que operam em Portugal. O valor de R^2 permite-nos concluir que o modelo estimado explica 67,2% da variação da extensão de divulgação de informação do capital intelectual nos relatórios anuais.

Tal como na divulgação realizada nos relatórios anuais, também nas páginas *Web* se confirma uma influência estatisticamente significativa da dimensão na divulgação do capital intelectual (p=0,000). Os resultados permitem-nos igualmente confirmar a hipótese de que os bancos de **maior dimensão** divulgam mais informação voluntária do **capital intelectual nas páginas *Web*** do que os bancos de menor dimensão. De acordo com as teorias da legitimidade, dos *stakeholders* e da agência, as instituições de maior dimensão, porque sujeitas a maior atenção por parte dos diversos *stakeholders*, tenderão a divulgar mais informação sobre o seu capital intelectual nos relatórios anuais e nas suas páginas *Web*, podendo-se concluir que a divulgação do capital intelectual realizada nos meios de comunicação analisados é maior nos bancos de

maior dimensão. O modelo apresentado determina que 73,8% da variação da divulgação do capital intelectual nas páginas *Web* dos bancos é explicada pelas variáveis consideradas no modelo (DIM, GSOC; REND; EFI e TIER1).

De ressalvar que, muito embora as caraterísticas de governo da sociedade não sobressaiam como significativas na divulgação de informação do capital intelectual nas páginas *Web* dos bancos, esta variável apresenta, na análise univariada, uma associação linear moderada e com um nível de significância estatística p<0,01 com a divulgação do capital intelectual nas páginas *Web*, o que revela a influência desta variável nessa divulgação.

3.2.2 – Determinantes da divulgação do capital humano

Os resultados da divulgação do componente capital humano apresentam-se na tabela seguinte.

Tabela 3.61 - Resultados do MRLM para a divulgação do capital humano

$$CH_{relatórios} = \alpha + \beta_1 DIM + \beta_2 GSOC + \beta_3 REND + \beta_4 EFI + \beta_5 TIER1 + \xi it$$

Variáveis independentes	Coeficientes não Stand.		Coefic. Stand.	t	p
	β	Std.Error	β		
(Constant)	0,304	0,040		7,584	0,000
DIM	**0,140**	0,041	0,608	3,458	**0,002**
GSOC	0,031	0,036	0,133	0,842	0,407
REND	**-0,069**	0,035	-0,297	-1,962	**0,061**
EFI	-0,035	,035	-0,153	-1,015	0,319
TIER1	2,943E-6	0,002	0,000	0,002	0,999

R = 0,776
R^2 = 0,602
R^2 Adj = 0,525
D-W = 2,284

$$CH_{Web} = \alpha + \beta_1 DIM + \beta_2 GSOC + \beta_3 REND + \beta_4 EFI + \beta_5 TIER1 + \xi it$$

Coeficientes não Stand.		Coefic. Stand.	t	p
β	Std.Error	β		
0,020	0,017		1,146	0,262
0,039	0,018	0,452	2,224	**0,035**
0,034	0,015	0,396	2,231	**0,035**
-0,004	0,015	-0,049	-0,285	0,778
-0,004	0,015	-0,045	-0,266	0,793
0,001	0,001	0,198	1,176	0,250

R = 0,703
R^2 = 0,494
R^2 Adj = 0,397
D-W = 1,899

Também no que se refere à divulgação do capital humano nos relatórios anuais, os resultados apontam para a verificação da existência de uma influência positiva e estatisticamente significativa da dimensão da instituição bancária na divulgação desta informação, o que nos permite confirmar que os bancos de **maior dimensão** divulgam mais informação voluntária do **capital humano nos relatórios anuais** do que os bancos de menor dimensão. Verifica-se igualmente uma influência da dimensão da instituição na divulgação deste tipo de informação nas páginas *Web*, o que confirma o sincronismo de dois fatores associados às organizações de dimensão mais acentuada: a sua legitimidade e a sua reputação. Com este resultado,

confirmamos que os bancos de **maior dimensão** divulgam significativamente mais informação voluntária sobre o **capital humano nas páginas *Web*** do que os bancos de menor dimensão.

Confirmamos igualmente a influência da variável de **governo da sociedade** na divulgação do **capital humano nas páginas *Web***. A influência desta variável na divulgação do capital humano nas páginas *Web* assume uma particularidade que merece relevo. Este tipo de informação (que se revela a mais íntima em cada organização), acessível através desta fonte de divulgação (a forma mais exposta de divulgação) está longe de reunir consenso, atenda-se aos resultados da análise univariada desta variável. Confirma-se, no entanto, que caraterísticas associadas ao governo da sociedade influenciam a divulgação voluntária da informação considerada, pela maioria das organizações, como a mais pessoal e mais sujeita a reprodução por parte da concorrência. Apesar da significância estatística deste resultado, os bancos que divulgam informação sobre o capital humano nas páginas *Web* condicionam essa divulgação a informações muito reduzidas e limitadas a determinados dados menos confidenciais. A teoria da agência justifica a divulgação do capital humano nas páginas *Web* por parte das instituições com caraterísticas de governo da sociedade mais vincadas, podendo, para estas organizações, essa divulgação representar um mecanismo de monitorização dos gestores ao impor transparência e compreensibilidade aos agentes interessados.

A não significância da variável de governo da sociedade na divulgação voluntária do capital humano nos relatórios anuais poderá demonstrar alguma consistência com a teoria do *proprietary costs* ao haver algum receio por parte das instituições em divulgar informação mais confidencial aos seus concorrentes, ou poderá ser revelador, como refere Rodrigues (2003), de que a sociedade portuguesa não assumiu ainda os recursos humanos como um recurso estratégico fundamental para assegurar a competitividade sustentável das organizações e, por não ser admitido como tal, as medidas de governo da sociedade nas instituições bancárias não influenciam plenamente divulgação do capital humano.

De acordo com a teoria de sinalização, os gestores das organizações mais rentáveis terão maior interesse em divulgar informação sobre as suas atividades e sobre a situação atual da organização como uma forma de envio de sinais ao mercado sobre a idoneidade das organizações que gerem. No que respeita à divulgação do capital humano nos relatórios anuais, constata-se que, são os bancos que apresentam menor rácio de rendibilidade os que divulgam mais informação desta natureza. Assim, a hipótese de que a rendibilidade deveria influenciar a divulgação do capital humano nos relatórios anuais, mas em relação à qual não se previa a forma de associação, confirmou que a mesma está negativamente associada com essa divulgação. São, por isso, os bancos com **menor rácio de rendibilidade** que divulgam **mais capital humano nos relatórios anuais**, muito embora esta associação apenas se apresente estatisticamente significativa para um nível de significância estatística $\alpha<0,1$. Estes resultados

confirmam os apresentados na análise da associação da variável rendibilidade com os índices de divulgação, a qual se apresenta, em relação a todos os índices, com uma associação negativa, muito embora com nenhum deles essa relação seja estatisticamente significativa.

3.2.3 – Determinantes da divulgação do capital estrutural

Os determinantes da divulgação do capital estrutural, analisados através do MRLM, apresentam como resultados os constantes da tabela 3.62 apresentada de seguida.

Tabela 3.62 - Resultados do MRLM para a divulgação do capital estrutural

$CE_{relatórios} = \alpha + \beta_1 DIM + \beta_2 GSOC + \beta_3 REND + \beta_4 EFI + \beta_5 TIER1 + \xi it$

Variáveis independentes	Coeficientes não Stand.		Coefic. Stand.	t	p
	β	Std.Error	β		
(Constant)	0,461	0,035		13,039	0,000
DIM	**0,146**	0,036	0,667	4,066	**0,000**
GSOC	0,050	0,032	0,228	1,551	0,133
REND	-0,007	0,031	-0,033	-0,231	0,819
EFI	-0,028	0,031	-0,130	-0,923	0,364
TIER1	0,001	0,001	0,074	0,547	0,589

R = 0,808
R^2 = 0,653
R^2 Adj = 0,587
D-W = 2,333

$CE_{Web} = \alpha + \beta_1 DIM + \beta_2 GSOC + \beta_3 REND + \beta_4 EFI + \beta_5 TIER1 + \xi it$

Coeficientes não Stand.		Coefic. Stand.	t	t
β	Std.Error	β		
0,236	0,031		7,715	0,000
0,129	0,031	0,744	4,130	**0,000**
0,013	0,027	0,076	0,484	0,633
0,002	0,027	0,014	0,090	0,929
-0,034	0,026	-0,198	-1,308	0,202
0,001	0,001	0,088	0,588	0,562

R = 0,776
R^2 = 0,602
R^2 Adj = 0,525
D-W = 2,071

A análise aos resultados apresentados na divulgação do capital estrutural nos relatórios anuais, permite-nos verificar que a variável dimensão se apresenta, uma vez mais, com significância estatística para comprovar a sua associação com a divulgação do capital estrutural nesses relatórios. Com um valor de p inferior ao nível máximo de significância fixado, confirma-se a hipótese de que os bancos de **maior dimensão** divulgam significativamente mais informação voluntária sobre o **capital estrutural nos relatórios anuais** do que a divulgação que os bancos de menor dimensão fazem deste componente.

Os resultados obtidos em relação à divulgação do capital estrutural nas páginas *Web* são semelhantes aos já apresentados para a divulgação do capital intelectual e do capital humano, nos quais a variável dimensão se revela estatisticamente significativa para justificar este tipo de informação nas páginas *Web* destas entidades. Confirmamos, desta forma, que os bancos de **maior dimensão** divulgam significativamente mais informação voluntária do **capital estrutural nas páginas *Web*** do que a realizada pelos bancos de menor dimensão.

A divulgação do capital estrutural, tantos nos relatórios anuais como nas páginas *Web*, apenas apresenta a dimensão como fator determinante dessa divulgação. No entanto, é importante ressalvar a significância estatística da variável de governo da sociedade relevada no teste de correlação, a qual se apresenta com associação linear moderada e estatisticamente significativa ao nível de significância de 0,01, com a divulgação nos relatórios anuais (*R de Pearson* assume valores de 0,611) e nas páginas *Web* (*R de Pearson* assume valores de 0,507). Embora no MRLM as medidas de governo da sociedade assumam valores de significância acima dos estipulados, a variável mostra-se relevante na divulgação deste componente, verificada através da correlação com que se apresenta na análise univariada.

3.2.4 – Determinantes da divulgação do capital relacional

No que respeita aos fatores que determinam a divulgação do capital relacional, verifica-se pelos resultados apresentados na tabela seguinte que as variáveis dimensão e governo da sociedade se apresentam estatisticamente significativas ($p<0,05$) para justificar a divulgação do capital relacional nos relatórios anuais. A variável dimensão apresenta-se como o único fator que determina a divulgação do capital relacional nas páginas *Web*, com um nível de significância estatística de p=0,000.

Tabela 3.63 - Resultados do MRLM para a divulgação do capital relacional

$$CR_{relatórios} = \alpha + \beta_1 DIM + \beta_2 GSOC + \beta_3 REND + \beta_4 EFI + \beta_5 TIER1 + \xi it$$

Variáveis independentes	Coeficientes não Stand.		Coefic. Stand.	t	p
	β	Std.Error	β		
(Constant)	0,513	0,053		9,731	0,000
DIM	**0,125**	0,053	0,450	2,338	**0,027**
GSOC	**0,102**	0,048	0,368	2,135	**0,042**
REND	-0,018	0,046	-0,065	-0,392	0,698
EFI	0,003	0,046	0,011	0,068	0,945
TIER1	0,000	0,002	0,021	0,130	0,897

R = 0,723
R^2 = 0,523
R^2 Adj = 0,431
D-W = 2,458

$$CR_{Web} = \alpha + \beta_1 DIM + \beta_2 GSOC + \beta_3 REND + \beta_4 EFI + \beta_5 TIER1 + \xi it$$

Coeficientes não Stand.		Coefic. Stand.	t	p
β	Std.Error	β		
0,558	0,032		17,356	0,000
0,159	0,032	0,786	4,816	**0,000**
0,036	0,029	0,178	1,247	0,224
0,010	0,028	0,049	0,357	0,724
-0,016	0,028	-0,079	-0,575	0,570
0,002	0,001	0,216	1,597	0,122

R = 0,820
R^2 = 0,673
R^2 Adj = 0,610
D-W = 2,222

Deste modo, os bancos de **maior dimensão** divulgam mais informação voluntária do **capital relacional nos relatórios anuais** do que os bancos de menor dimensão. Confirma-se igualmente, com base nos resultados apresentados, que os bancos de **maior dimensão** divulgam

mais informação voluntária do **capital relacional nas páginas *Web*** do que os bancos de menor dimensão o fazem.

Também as instituições com maior influência das caraterísticas de **governo da sociedade** (nomeadamente a maior dimensão do conselho de administração e o maior volume de remunerações atribuídas aos membros de gestão e fiscalização) divulgam significativamente mais informação do **capital relacional nos seus relatórios anuais**. Pode aferir-se que as instituições bancárias de maior dimensão e em que há um maior relevo de caraterísticas de governo da sociedade, tendem a divulgar mais informação voluntária do capital relacional nos relatórios anuais, para responderem às solicitações dos *stakeholders* (e também para responderem a requisitos de divulgação), legitimando os seus comportamentos e reduzindo os custos de propriedade.

O capital relacional é, conforme verificado na análise descritiva, o componente mais divulgado nas páginas *Web* pelos bancos que operam em Portugal. No entanto, apenas a dimensão se apresenta como fator que determina a extensão dessa divulgação na *internet*. Nenhuma outra caraterística diferenciadora da população analisada é determinante na divulgação do capital relacional nas páginas *Web*, tendo os seus coeficientes (β) um peso insignificante na proporção da influência na variação da variável dependente. Ou seja, praticamente só a dimensão bancária explica a proporção de variação na divulgação de informação do capital relacional nas páginas *Web* (67,3%), sendo este o modelo que apresenta maior poder explicativo dessa variação. Os resultados poder-se-ão justificar por um conjunto de razões, destacando, entre outras, a particularidade de os bancos de maior dimensão:

- apresentarem produtos e serviços mais diversificados para divulgação;
- possuírem mais sofisticados meios electrónicos (páginas *Web* mais completas) para oferecer produtos e serviços *online*;
- deterem uma maior carteira de clientes;
- terem a necessidade de abranger uma mais vasta área geográfica (em consequência de uma maior internacionalização);
- necessitarem responder às solicitações de investidores;
- manterem com a sociedade civil maior transparência fruto dos deveres no âmbito da sua responsabilidade social.

Tabela 3.64 – Resumo dos resultados do MRLM

			Capital Intelectual				Capital Humano				Capital Estrutural				Capital Relacional			
Hipótese / variável e associação prevista			Relatórios		*Web*		Relatórios		*Web*		Relatórios		*Web*		Relatórios		*Web*	
H1	Dimensão	+	+	***	+	***	+	***	+	**	+	***	+	***	+	**	+	***
H2	Governo sociedade	+	+	*					+	**					+	**		
H3	Rendibilidade	?					–	*										
H4	Eficiência operativa	–																
H5	Solvabilidade (TIER 1)	+																

*** Significância estatística para o nível 0,01
** Significância estatística para o nível 0,05
* Significância estatística para o nível 0,1

Pelos resultados apresentados na tabela resumo anterior verifica-se uma associação positiva e estatisticamente significativa da variável dimensão com todos os índices de divulgação (capital intelectual; capital humano; capital estrutural e capital relacional), quer a divulgação seja nos relatórios anuais quer seja nas páginas *Web*. Estes resultados corroboram as teorias de legitimidade, dos *stakeholders* e da agência, ao confirmar que as instituições de maior dimensão, porque mais escrutinadas por parte dos diversos *stakeholders* e porque, em consequência disso, previnem mais a subsistência da sua reputação, tenderão a divulgar mais informação sobre o seu capital intelectual (e componentes) qualquer que seja a fonte utilizada para a divulgação da informação.

São os bancos de maior dimensão que apresentam mais relatórios anuais, ou seja, são estes que apresentam relatórios ou informações de sustentabilidade, de governo da sociedade e outros, o que faz com que, tendo os maiores bancos mais recursos de divulgação (quer esses recursos sejam decretados normativamente ou apresentados voluntariamente), essa divulgação será, obviamente, superior. A existência de discrepâncias nas práticas de divulgação voluntária do capital intelectual deriva, em grande medida, da utilização de processos de divulgação acentuadamente dissemelhantes (também verificado por Guthrie *et al*., 2008). Tal como referido por Oliveira *et al.* (2010a) a aderência às linhas orientadoras de divulgação nos Relatórios de sustentabilidade ajudam a alcançar uma mais extensa divulgação do capital intelectual, sendo este um meio sinérgico e oportuno para essa exposição. A divulgação analisada aumenta com o acréscimo na dimensão dos bancos que operam e Portugal. Daqui resulta a confirmação das

hipóteses que associam positivamente a divulgação do capital intelectual e dos componentes de capital humano, capital estrutural e capital relacional com a dimensão da instituição[255].

A variável que sintetiza determinadas caraterísticas de governo da sociedade tem uma influência positiva na divulgação do capital intelectual, capital humano e capital relacional. A divulgação do capital intelectual nos relatórios anuais é maior nos bancos em que há maior incidência desta variável. O mesmo se verifica na divulgação do capital humano nas páginas *Web* e do capital relacional nos relatórios anuais. Estes resultados, ao revelarem que medidas do governo da sociedade promovem uma maior divulgação do componente capital humano no canal de divulgação onde este componente é menos divulgado pelos restantes bancos (as páginas *Web*), assim como fomentam a divulgação do capital relacional na fonte de informação menos utilizada para a divulgação deste componente (os relatórios anuais), revelam que os bancos que possuem mais acentuadas medidas de governo da sociedade são os que apresentam maior transparência na divulgação voluntária, o que se justificará pelos princípios formulados pela teoria da agência, ao requisitar maior divulgação para controlar os problemas de agência.

Apesar de a variável governo da sociedade não se mostrar significativa em todos os componentes do capital intelectual pelo MRLM, a tabela de correlações confere a existência de uma associação linear moderada e estatisticamente significativa desta variável com todos os índices de divulgação construídos, quer essa divulgação seja nos relatórios anuais quer seja nas páginas *Web*. Estes resultados revelam a importância desta variável na divulgação de informação do capital intelectual, o que está de acordo com a teoria da agência pois, caraterísticas de governo da sociedade podem representar um mecanismo de monitorização dos gestores ao impor transparência na divulgação de informação aos agentes interessados[256].

A variável rendibilidade apresenta-se como determinante da divulgação do capital humano nos relatórios anuais, verificando-se uma associação negativa com esta divulgação. Serão os bancos com menor rendibilidade que divulgam mais informação do capital humano nos relatórios anuais, o que contraria o postulado pela teoria de sinalização que sugere que as organizações mais rentáveis divulgarão mais informação aos *stakeholders* acerca dessa boa *performance*. A existência de maiores custos de agência poderá justificar a maior divulgação associada a uma menor rendibilidade, a qual poderá servir de justificação desse pior desempenho. Uma análise à relação entre a rendibilidade e a dimensão dos bancos (tabela A.8 apresentada no apêndice XI)

[255] Este resultado está em consonância com os resultados obtidos por Bozzolan *et al.* (2003); Gómez Rodríguez (2003); García-Meca *et al*. (2005); García-Meca e Martínez (2005); Zhang (2005); Shareef e Davey (2005); Firer e Williams (2005); Bozzolan *et al.* (2006); Guthrie *et al.* (2006); Oliveira *et al*. (2006); Cerbioni e Parbonetti (2007); Cordazzo (2007); Li *et al*. (2007, 2008); White *et al.* (2007); Schneider e Samkin (2008); Gerpott *et al.* (2008); Striukova *et al.* (2008); Ferreira (2008); Gan *et al.* (2008); Sousa (2009); Brüggen *et al*. (2009); Singh e Van der Zahn (2009); Yau *et al.* (2009); Cormier *et al.* (2009); Costa (2010); White *et al.* (2010); Abeysekera (2010); Hidalgo *et al*. (2011); Branco *et al.* (2011); An *et al.* (2011) e Branswijck e Everaert (2012).

[256] O resultado da confirmação desta associação está em consonância com os resultados obtidos por Singh e Van der Zahn (2008), Abeysekera (2010) e Hidalgo *et al.* (2011).

permite-nos verificar que as instituições com maior dimensão apresentam a menor rácio de rendibilidade, ao confirmar-se uma associação negativa entre as duas variáveis (*R de Pearson* assume o valor de -0,153), embora esta relação não se apresente estatisticamente significativa para concluir sobre essa associação. Os bancos de maior dimensão são os que têm rácios mais baixos de rendibilidade logo, faz sentido que a associação desta variável se apresente contrária à divulgação de informação. Os resultados que nos permitiram confirmar a hipótese de associação negativa da variável rendibilidade com a divulgação do capital humano nos relatórios anuais é contrária ao estudo de Orens *et al.* (2009), o qual encontrou uma associação positiva na divulgação de informação do capital humano e a variável rendibilidade, embora sem significância estatística para que se concluísse acerca dessa influência, tendo a divulgação do capital intelectual e os componentes capital estrutural e capital relacional uma associação negativa e estatisticamente significativa. Firer e Williams (2005) encontraram associação negativa na divulgação do capital intelectual com a rendibilidade.

As variáveis eficiência operativa e solvabilidade não se apresentam como determinantes da divulgação do capital intelectual nem dos seus componentes, tanto nos relatórios anuais como nas páginas *Web.* A análise à associação da variável eficiência operativa com os índices de divulgação demonstra uma correlação negativa e sem significância estatística para todos os índices. Esta correlação negativa significa que uma maior divulgação está associada a uma maior eficiência, ou seja, os bancos mais eficientes divulgam mais informação do capital intelectual, capital humano, estrutural e relacional, não se apresentando, no entanto, tal associação estatisticamente significativa para que se conclua acerca dessa associação.

De ressalvar que, muito embora as medidas de avaliação geral do desempenho bancário (rendibilidade e eficiência) não se tenham apresentado como determinantes na divulgação de informação do capital intelectual no setor bancário em Portugal, as mesmas apresentam-se moderadamente associadas (*R de Pearson* de -0,529, com p=0,002) e com a mesma orientação, o que significa que a uma maior eficiência operativa (menor valor de rácio) corresponde uma maior rendibilidade (maior valor de rácio). O mesmo é dizer que nos bancos em Portugal uma maior eficiência operativa e uma maior rendibilidade estão moderadamente associadas (tabela A.8 constante do apêndice XI).

A variável solvabilidade, medida pelo indicador *Tier 1*, também não se apresenta no MRLM como determinante da divulgação do capital intelectual. Esta variável, que expõe o grau de estabilidade financeira dos bancos, apresenta-se, através do mapa de correlações, com uma associação negativa com todos os índices de divulgação construídos, o que permite concluir que, analisada isoladamente, a maior divulgação do capital intelectual (e componentes) está associada uma menor solvabilidade bancária. Esta associação apresenta-se estatisticamente significativa a um nível de significância de $p<0,1$ com a divulgação do capital intelectual,

capital humano e capital estrutural nos relatórios anuais e sem significância estatística com a divulgação nas páginas *Web*.

Uma análise geral à matriz de correlações entre as variáveis independentes apresentada na tabela A.8 (apêndice XI) permite-nos concluir que os maiores bancos são os que têm maior influência de medidas de governo da sociedade e que são também os bancos de maior dimensão que se apresentam como os mais frágeis em termos de solvabilidade, dado que exibem menores rácios de adequação de fundos próprios de base (*Tier 1*). Nos bancos analisados, a maior eficiência está associada a uma maior rendibilidade, pois as instituições ao suportarem menores gastos operacionais melhoram a eficiência e, consequentemente aumentam a rendibilidade bancária. Os bancos que apresentam menores rácios de eficiência (*cost-to-income* e rácio de gastos com o pessoal sobre o produto bancário) apresentam igualmente maiores rácios de rendibilidade (ROA e ROE). Sufian e Habibullah (2009) consideram que as avaliações políticas se baseiam na eficiência e na rendibilidade ao reforçar a capacidade de resistência e eficiência das instituições financeiras com o objetivo de intensificar a robustez e estabilidade do setor bancário.

As exigências da UE e as normas impostas por Basileia III, atribuem à rácio de solvabilidade a capacidade de demonstrar a saúde da instituição bancária, pelo que, pela análise à tabela das correlações se verifica que serão os maiores bancos que operam em Portugal os que estão com maiores problemas de solvabilidade, sendo também esses os que divulgam mais informação nos seus relatórios anuais e páginas *Web*. Muito embora a associação da solvabilidade à dimensão se apresente estatisticamente significativa, com associação moderada e em sentido inverso, verificamos que em termos de influência destas variáveis na divulgação analisada, a dimensão apresenta-se como um fator decisivo da divulgação de informação voluntária do capital intelectual, enquanto a variável solvabilidade não apresenta qualquer influência nessa divulgação.

Tabela 3.65 – Confirmação das hipóteses

Hipótese	Formulação		Confirmação estatística ($\alpha<0,01$;$\alpha<0,05$;$\alpha<0,1$)
H1	Os bancos de maior dimensão divulgam mais informação voluntária do capital intelectual do que os bancos de menor dimensão.	+	Confirmada plenamente
H2	As medidas de governo da sociedade influenciam a divulgação de informação voluntária sobre o capital intelectual nos bancos que operam em Portugal.	+	Confirmada H2.1r); H2.2w); H2.4r)
H3	A divulgação de informação voluntária sobre o capital intelectual varia com a rendibilidade do banco, ainda que não se preveja com rigor o sentido dessa variação.	?	H3.2r) (-)
H4	Os bancos que apresentam melhor rácio de eficiência operativa divulgam mais informação voluntária do capital intelectual.	–	Não confirmada
H5	Os bancos que apresentam melhor rácio de solvabilidade (medida pelo indicador *Tier I*), divulgam mais informação voluntária do capital intelectual.	+	Não confirmada

Do exposto ao longo do presente capítulo resultam algumas **conclusões** essenciais.

O setor bancário detém grande intensidade em capital intelectual e é aquele que se revela mais visível por um grande número de *stakeholders* com interesse na sua atividade. Os relatórios anuais e as páginas *Web* são meios privilegiados para divulgar a gestão do conhecimento organizacional e adquirem grande relevância no âmbito da divulgação voluntária do capital intelectual. A uma divulgação oficial e auditada realizada nos relatórios anuais, estas entidades dão cada vez mais importância a uma divulgação informal efetuada na *internet*. Perante esta realidade e à luz das teorias dos *stakeholders*, da legitimidade e institucional, propusemo-nos neste capítulo analisar as práticas de divulgação voluntária do capital intelectual pelos bancos que operam em Portugal, sendo os seus relatórios anuais e as suas páginas *Web* as fontes sobre as quais procurámos concretizar uma análise abrangente às divulgações realizadas.

Para tal, construímos um índice de divulgação com indicadores baseados nos modelos *Intellectus* e *InCaS* (*made in Europe*) e que adaptámos às organizações do setor bancário. Este índice procurou ser a ferramenta de análise à extensão ou amplitude da divulgação voluntária do capital intelectual e de cada um dos seus componentes, capital humano, capital estrutural e capital relacional. Através do estudo aos componentes, aos elementos, às variáveis e aos indicadores constantes do índice, procurámos também avaliar a incidência ou tendências de divulgação, as quais poderão ser reveladoras do que estas organizações consideram como as informações mais importantes a transparecer para o mercado. A análise comparada aos relatórios anuais e às páginas *Web* permitiu igualmente aferir dessa incidência e revelar também qual o canal que o setor bancário privilegia na divulgação do seu capital intelectual.

O estudo realizado à extensão, à incidência e aos determinantes da divulgação de informação sobre o capital intelectual nos relatórios anuais de 2010 e nas páginas *Web* em 2011, envolveu os trinta e dois bancos que, naqueles anos, desenvolviam a sua atividade em Portugal, tendo publicado os seus relatórios anuais em português e dispondo de página *Web* acessível e autónoma em agosto de 2011.

Na avaliação da extensão e da incidência da divulgação efetuada pelos bancos nos relatórios anuais e nas páginas *Web*, partimos com a convicção de que, por se tratar de um setor intensivo em conhecimento e com uma grande dimensão de públicos de interesse, os bancos apresentariam um elevado nível de divulgação do seu capital intelectual. Esta análise foi concretizada através da comparação com os resultados obtidos pelos estudos de Branco *et al.* (2011) e Khan e Ali (2010). Embora os indicadores usados entre as pesquisas com as quais nos comparamos fossem diferentes, considerámos que esta análise permitiria uma perspetiva geral do nível de divulgação do capital intelectual. Os resultados revelaram uma média de divulgação do capital intelectual nos relatórios anuais no estudo que desenvolvemos de 0,4342 e na divulgação nas páginas *Web* de 0,2907, sendo a divulgação do capital intelectual nos relatórios anuais encontrada no estudo de Branco *et al.* (2011) de 0,16 e nas páginas *Web* de 0,236. O resultado do nível de divulgação do estudo de Khan e Ali (2010), apenas realizado nos relatórios anuais, apresenta um valor médio de 0,2928. Com estes resultados comprovou-se estatisticamente existir um elevado nível de divulgação do capital intelectual nos relatórios anuais e nas páginas *Web*, por comparação com os resultados dos estudos dos autores referidos.

Na análise à incidência ou tendências de divulgação do capital intelectual, baseámo-nos em outras pesquisas realizadas sobre a divulgação com análise a relatórios anuais e a páginas *Web*, tendo alguns estudos concluído que a divulgação do capital intelectual é superior nas páginas *Web* em relação à divulgação realizada nos relatórios anuais. Com base nestes estudos analisámos se, em Portugal, os bancos divulgaram mais informação nas páginas *Web* do que nos relatórios anuais. Os resultados obtidos revelaram, para um nível de significância estatística de 0,01, uma divulgação voluntária do capital intelectual efetuada pelos bancos em Portugal superior nos relatórios anuais em relação à divulgação concretizada nas páginas *Web*, refutando-se a hipótese formulada de uma maior divulgação do capital intelectual nas páginas *Web*.

Procurámos ainda observar a divulgação nos componentes do capital intelectual para aferir da importância que os bancos atribuem à exposição de cada um desses componentes ou categorias como revelador de informação que é exigida e desejada por um elevado número de *stakeholders*. Essa análise indicou uma divulgação do capital humano nos relatórios anuais de 0,3036 e nas páginas *Web* de 0,0342. O capital estrutural apresentou-se com uma média de divulgação de 0,4753 nos relatórios anuais e nas páginas *Web* de 0,2487 e o capital relacional apresentou uma divulgação nos relatórios anuais de 0,5178 e nas páginas *Web* de 0,5952. Os

resultados revelaram, para o nível de significância estatística $\alpha<0,01$, que a divulgação do capital humano e do capital estrutural, efetuada pelos bancos em Portugal, é superior nos relatórios anuais relativamente à divulgação realizada nas páginas *Web*. O capital relacional é mais divulgado nas páginas *Web*, muito embora essa superioridade não se tivesse apresentado estatisticamente significativa.

A mesma análise foi conduzida para que se conhecesse a divulgação de cada elemento integrante dos componentes do capital intelectual. Relativamente aos elementos do capital humano, os resultados obtidos evidenciaram que a hipótese de maior divulgação nas páginas *Web* do que a concretizada nos relatórios anuais foi rejeitada para os elementos de informação acerca de competências profissionais (CH1) e de motivação (CH3), revelando-se estatisticamente superior a divulgação destes elementos nos relatórios anuais. O elemento que inclui informações de competências sociais (CH2), embora sendo superior nos relatórios anuais, não encontrou um nível de significância estatística que permitisse rejeitar a hipótese formulada. No que respeita aos elementos do capital estrutural, a hipótese de que a sua divulgação fosse superior nas páginas *Web* em relação à divulgação nos relatórios anuais foi rejeitada para todos os elementos, o que significa uma maior divulgação de todas as informações sobre o capital estrutural nos relatórios anuais do que nas páginas *Web* destas entidades. Para os elementos do capital relacional, referentes à divulgação de informação sobre as relações estabelecidas com clientes (CR1) e as relações com outros *stakeholders* (CR3), foi confirmada estatisticamente a sua maior divulgação nas páginas *Web*. O elemento que inclui informações de relações com investidores (CR2) revelou maior divulgação nos relatórios anuais, muito embora os resultados não se apresentassem com significância estatística para que se concluisse rejeitar a hipótese de maior divulgação nas páginas *Web*.

Procurámos ainda observar as tendências de divulgação do capital intelectual através da procura do componente mais divulgado pelos bancos em Portugal. Dada a visibilidade deste setor e o relevo que tem na economia e na sociedade em geral, uma indústria do setor de serviços, cuja sobrevivência depende da procura de produtos inovadores e da prestação de serviços de elevada qualidade, encaminhou-nos no sentido de considerar, tal como revelado em investigações anteriores, que o capital relacional seria o mais divulgado em qualquer dos meios de informação que observamos (relatórios anuais e páginas *Web*). A análise comparativa à divulgação dos componentes do capital intelectual revelou o capital relacional como o componente mais divulgado pelos bancos em Portugal, tendo-se confirmado estatisticamente a hipótese de que a divulgação de informação voluntária do capital intelectual, tanto nos relatórios anuais como nas páginas *Web* dos bancos, apresentou-se superior no componente de capital relacional.

O índice de divulgação que construímos para a análise à divulgação voluntária do capital intelectual teve por base o modelo *Intellectus*, o qual considera os componentes do capital

intelectual pela desagregação do capital estrutural em capital organizativo e capital tecnológico e do capital relacional em capital negócio e capital sociedade. No âmbito da análise anteriormente realizada aos componentes do capital intelectual no sentido de se verificar qual o que se apresenta com maior divulgação, formulámos igualmente uma hipótese de investigação para a concluir acerca da incidência dessa divulgação com base nos componentes propostos por este modelo. Dada a importância das relações com clientes e das alianças estratégicas necessárias ao crescimento sustentável destas organizações, considerámos indispensável analisar o relevo atribuído à divulgação do capital negócio pelas entidades bancárias. A formulação da hipótese no sentido de sustentar esta proposição foi confirmada pela maior quantidade de informação do capital negócio em relação aos restantes componentes do capital intelectual, tanto nos relatórios anuais como nas páginas *Web* institucionais.

Ao analisarmos as duas fontes de divulgação (relatórios anuais e páginas *Web*), as quais serão as que mais expõem a informação que se pretende acessível por um maior número de interessados, procurámos analisar a complementaridade dessas fontes na divulgação da informação. Os resultados da formulação da hipótese de que os bancos em Portugal apresentam de forma complementar a divulgação voluntária do capital intelectual nos relatórios anuais e nas páginas *Web*, permitiram-nos confirmar a utilização complementar de ambas as fontes de dados na divulgação do capital intelectual e dos seus componentes capital estrutural e capital relacional. Na divulgação da informação voluntária do capital humano não se verificou tal complementaridade. Neste componente, os relatórios anuais apresentaram significativamente mais informação do que a concretizada nas páginas *Web.*

Após analisada a extensão e a incidência ou tendências de divulgação voluntária do capital intelectual efetuada nos relatórios anuais e nas páginas *Web* dos bancos, procurámos os fatores que determinam tal divulgação. Com esse objetivo, considerámos cinco variáveis independentes: a dimensão bancária, uma medida de governo da sociedade, a rendibilidade, a eficiência operativa e a solvabilidade bancária. Estas variáveis explicativas foram analisadas no estudo da divulgação do capital intelectual efetuada nos relatórios anuais, assim como as mesmas variáveis foram consideradas na divulgação nas páginas *Web*. Também para cada um dos componentes ou categorias do capital intelectual se procurou a influência destas variáveis.

Os resultados revelaram que a variável independente dimensão bancária determina que serão os maiores bancos a divulgar mais informações sobre o capital intelectual, assim como de todos os seus componentes nos relatórios anuais e nas páginas *Web*. À luz das teorias da agência, dos *stakeholders* e da legitimidade, conclui-se que os bancos de maior dimensão, sendo os que possuem melhores recursos no tratamento da informação, são também aqueles que têm maior necessidade de colmatar a assimetria da informação pela existência de maior separação da propriedade e do controlo. São também estes bancos que são alvo de maior interesse na

informação que divulgam, assim como os que mais precisam de legitimar a sua posição de supremacia.

No que diz respeito à análise da variável que contempla medidas de governo da sociedade na divulgação do capital intelectual, verificou-se na análise univariada uma associação linear positiva, moderada e estatisticamente significativa desta variável com todos os índices de divulgação. A análise multivariada confirmou a influência desta variável na divulgação do capital intelectual, do capital relacional nos relatórios anuais e do capital humano nas páginas *Web*. A teoria da agência confirma a importância desta variável na divulgação de informação do capital intelectual dada a propensão a uma maior transparência por parte dos bancos que possuam mais acentuadas medidas de governo da sociedade, sendo esta das principais formas de monitorização. A existência de um regime sobre o governo da sociedade para as entidades cotadas que estipula a divulgação de informação destas medidas para assegurar a transparência dos mercados, parece revelar-se decisiva na divulgação voluntária do capital intelectual.

A variável rendibilidade apresentou-se com uma associação negativa com todos os índices de divulgação, embora, pela análise dos resultados apresentados na tabela de correlações, nenhuma das associações se apresentasse estatisticamente significativa. Do estudo multivariado resultou a influência de uma menor rendibilidade em maiores níveis de divulgação do capital humano nos relatórios anuais, o que revela serem os bancos menos rentáveis os que apresentam maior divulgação do componente que é, entre todos, o menos divulgado. Este resultado poderá ser revelador da necessidade de fundamentar esta menor rendibilidade com uma maior divulgação voluntária.

As variáveis de eficiência operativa e solvabilidade não se apresentaram como fatores determinantes da divulgação do capital intelectual. De salientar que a associação negativa da variável eficiência operativa com os índices de divulgação representa que serão os bancos mais eficientes que divulgarão mais informação do capital intelectual. No entanto, esta verificação não se revelou significativa nem na análise univariada nem na análise multivariada. Muito embora uma análise individualizada à medida de solvabilidade tivesse revelado uma associação negativa e estatisticamente significativa com a divulgação do capital intelectual, do capital humano e do capital estrutural nos relatórios anuais e também com a divulgação do capital estrutural nas páginas *Web*, a análise multivariada não apresentou a solvabilidade como determinante na divulgação do capital intelectual nem de nenhum dos seus componentes.

A confirmação da associação inversa entre a dimensão e a solvabilidade bancária revela que, os bancos de maior dimensão são os que se apresentam com menor indicador de estabilidade financeira, confirmando-se estes bancos como os mais fragilizados na sua adequação aos níveis de solvabilidade exigidos para o setor financeiro.

CONCLUSÕES, LIMITAÇÕES E SUGESTÕES DE INVESTIGAÇÃO

A economia e as empresas estão, atualmente, sujeitas a uma pressão competitiva nunca antes sentida. A nova economia carateriza-se por uma globalização crescente e abertura de novos mercados, fruto da maior concorrência e procura de uma maior rendibilidade que proporcione vantagens competitivas e posições de liderança. Neste contexto, as TIC, especialmente a *internet*, têm um papel preponderante na constituição de uma economia de rede caraterizada pela utilização intensiva do conhecimento e da inovação na produção de bens e serviços. Esta é a economia do conhecimento e da inovação onde as empresas não podem viver isoladas, sobrevivendo mais das relações que estabelecem com terceiros do que dos seus próprios recursos (Lev, 2003).

O capital intelectual é a materialização do conhecimento existente nas organizações através da aplicação de experiências adquiridas, da criatividade, do talento, das competências organizacionais e do *know-how* técnico que conduz à inovação, ao reforço da capacidade competitiva no futuro e à obtenção de rendimentos de forma sustentada no tempo. O capital intelectual é um tema amplamente analisado e debatido no meio académico, o que faz com que surjam inúmeros projetos com o objetivo de encontrar uma maior harmonização na forma de o relatar.

É unânime considerar na doutrina que o capital intelectual se pode classificar em três componentes ou categorias: o capital humano, o capital estrutural e o capital relacional. O capital humano inclui o conhecimento individual, as qualificações, a experiência adquirida, as habilidades, a criatividade e as competências de cada indivíduo na organização. Identifica-se o capital estrutural como o conhecimento que está inserido nas rotinas, nos processos e procedimentos organizacionais, a cultura organizacional e a tecnologia adotada. O capital relacional refere-se ao conhecimento existente nas relações com as entidades de negócio e outras entidades externas com quem a organização mantém ligações de responsabilidade social e ambiental.

A contabilidade tradicional, porque baseada num conjunto de normas conservadoras, não permite o reconhecimento da grande parte dos elementos intangíveis que criam inovação e geram valor organizacional. A contabilidade apenas permite o reconhecimento destes intangíveis quando decorrentes de uma aquisição individualmente considerada ou como resultado de uma operação de concentração empresarial. Ainda, neste último caso, e em resultado da dificuldade de identificação e de mensuração, a maior parte destes elementos intangíveis, que são as verdadeiras fontes de valor, ficam, no entanto, agregados na rubrica residual denominada *goodwill* (Rodrigues, 2006). Este capital intelectual, incluído totalmente na rubrica de *goodwill*, apenas é reconhecido quando da existência de uma transação, não sendo inscrito de modo desagregado nas DF das entidades suas possuidoras. Isto pode originar uma

perda de relevância, de fiabilidade da informação financeira e, logo, da utilidade das DF nas organizações atuais.

A investigação que realizámos procurou estudar as práticas de divulgação do capital intelectual no setor bancário. Este setor, além de ser fundamental no sistema económico e financeiro de um país, é também considerado um dos mais intensivos em conhecimento, fruto das exigentes qualificações e competências requeridas aos seus trabalhadores, das contínuas inovações tecnológicas, da forte concorrência a que está sujeito, assim como, da necessária eficácia dos serviços prestados aos clientes.

A influência do capital intelectual no funcionamento do setor bancário tem sido pouco estudada, principalmente no que se refere ao modo como as organizações deste setor divulgam informações sobre os recursos que lhes proporcionam maiores vantagens competitivas. Ao analisarmos a divulgação de informação sobre o capital intelectual no setor bancário, procurámos avaliar a importância que o mesmo atribui à transparência na divulgação da informação, ou seja, quais as estratégias tomadas para demonstrarem a sua honestidade, sinceridade e profissionalismo aos seus parceiros chave (Hwan-Yann *et al*., 2011), pois em nenhum outro setor, a construção de indicadores de divulgação deverá ter como objetivo a aproximação às caraterísticas, definidas por Petty e Guthrie (1999), de transparência, de confiabilidade e de comparabilidade, como no setor bancário.

Estas organizações são constantemente avaliadas pelos diversos *stakeholders* e estes têm cada vez maior influência nos seus negócios, pois deles depende, em grande medida, a manutenção da sua reputação e a legitimidade na sua atuação, essenciais para o fortalecimento da sua posição no mercado. Consideramos, por isso, que num setor em que a imagem de segurança e de confiança é essencial, a mesma procederá também dos esforços que as organizações realizam na transmissão dessa imagem de credibilidade nos principais meios utilizados para comunicar com o mercado, ou seja, a informação que divulgam.

Dentro do marco teórico, analizámos as teorias aplicadas nos estudos de divulgação de informação nas organizações para concluir sobre os princípios de divulgação adotados, assim como aqueles que estão mais diretamente relacionados com os fatores que consideramos serem relevantes no nosso estudo. Abordámos a metodologia da análise de conteúdo, no sentido de se alcançar um mais completo enquadramento e entendimento do tema que nos propusemos desenvolver, dada a relevância que a análise de conteúdo tem na divulgação de informação. Do mesmo modo, na análise teórica que realizámos, o setor bancário foi sumariamente enquadrado, assim como as normas e os regulamentos que o orientam. Realizámos também uma seleção de estudos empíricos no âmbito da divulgação de informação sobre o capital intelectual, publicados

ao longo das últimas décadas, essencialmente aqueles que consideramos mais terem contribuído para o desenvolvimento empírico na matéria de que esta investigação se ocupa.

Para se conhecer a extensão ou amplitude da divulgação do capital intelectual no setor bancário em Portugal, assim como os fatores que a determinam, realizámos a nossa análise em duas perspetivas: a primeira baseada na divulgação de informação de acordo com os normativos contabilísticos e, a segunda perspetiva, baseada na divulgação de informação essencial para a gestão organizacional. Apesar de esta análise ter sido aplicada sobre o mesmo setor de atividade, baseou-se, no entanto, em duas populações diferentes, concretamente, as DFC dos dezassete grupos bancários que operavam em Portugal, para a análise à divulgação baseada no normativo contabilístico dos intangíveis e, os relatórios anuais individuais e páginas *Web* dos trinta e dois bancos que neste país apresentaram os seus relatórios anuais, no sentido de aferirmos da divulgação de informação na perspetiva da gestão.

Esta investigação baseou-se na complementaridade de teorias económicas e de teorias sociais e políticas. Analisámos as teorias da agência, dos *stakeholders*, da legitimidade e a institucional para determinar, segundo elas, as práticas de divulgação de informação do capital intelectual no setor bancário em Portugal ao longo de onze anos. Para isso, realizámos uma análise longitudinal correspondente ao período de 2001 a 2009 para o estudo da divulgação no âmbito da norma contabilística dos intangíveis, e uma análise nos anos de 2010 e 2011 para o estudo da divulgação voluntária do capital intelectual. Os fundamentos das teorias da agência, dos *stakeholders* e da legitimidade exercem influência na divulgação de informação, não só como reflexo da maior utilidade da informação e de uma maior exigência por parte dos agentes interessados nessas informações, mas também da necessidade de as organizações manterem ou aumentarem a sua legitimidade na sociedade. A teoria institucional justifica a divulgação de informação sobre os intangíveis, exigida pelo normativo contabilístico, pela existência de algum isomorfismo coercivo perante a obrigatoriedade na adoção das normas de contabilidade aplicadas.

Tanto a análise da divulgação na perspetiva do normativo contabilístico como a análise na perspetiva da gestão tiveram como alvo as entidades bancárias a operar em Portugal. Considerando-se uma limitação desta investigação o reduzido número de instituições de crédito neste país, a mesma poderá ter-se superado pelo estudo sobre um setor intensivo em capital intelectual e que em Portugal não foi ainda profundamente estudado.

Na análise à divulgação do capital intelectual na perspetiva contabilística considerou-se a divulgação no âmbito do normativo contabilístico aplicado em Portugal, concretamente as disposições constantes na IAS 38 do IASB, por ser este o normativo utilizado pela generalidade das entidades bancárias na elaboração das suas DFC. Para o estudo realizado na perspetiva da

gestão foi considerada a divulgação voluntária do capital intelectual, para o qual nos baseámos em modelos recentes de reporte do capital intelectual, concebidos no contexto europeu. Por considerarmos complementares estas duas perspetivas de investigação, procurámos concretizar a análise através da construção de dois índices gerais de divulgação. O primeiro índice procurou ser um indicador dos requisitos de divulgação contabilística previstos na IAS 38, através do qual analisámos as DFC dos dezassete bancos que apresentaram contas consolidadas em Portugal ao longo de todo o período compreendido entre os anos de 2001 e 2009. Pretendemos conceber o segundo índice de divulgação para captar os atributos mais relevantes na contribuição para criação de valor destas organizações. Deste modo, procurámos que os indicadores revelassem o caráter multidimensional do capital intelectual. Considerámos ainda a obtenção de dados através de duas fontes de informação: os relatórios anuais e as páginas *Web* dos trinta e dois bancos que apresentaram os relatórios anuais individuais de 2010 em português, dispondo, em 2011, de página *Web* acessível e autónoma. Considerando a ampla variedade de atributos que abarcámos no nosso trabalho, assim como a particularidade de que a divulgação de informação nas duas fontes inclui informação não obrigatória, denominámos esta segunda perspetiva de análise de divulgação de informação voluntária.

A análise à divulgação exigida pelo normativo contabilístico foi realizada através de duas outras análises. Com elas procurámos, por um lado, determinar qual a extensão da divulgação sobre intangíveis que é apresentada pelos bancos nas suas DFC, em proporção à totalidade do que é determinado pela norma (DIV_T) e, por outro lado, determinar qual a extensão da informação divulgada em relação aos recursos que cada uma das entidades possui ou detém (DIV_A). O primeiro índice procurou ser indicativo da quantidade de informação divulgada perante o que é contemplado normativamente, revelando o segundo índice de divulgação o grau de cumprimento das exigências de divulgação dos intangíveis pelos grupos bancários. Deste modo, procurámos na primeira parte do estudo empírico analisar a divulgação de informação de intangíveis num período de nove anos, concretamente, aferir da sua extensão nesse período, observar a evolução que a divulgação sofreu e, o impacto que sobre ela teve a adoção do normativo contabilístico internacional por imposição do Regulamento (CE) n.º 1606/2002, de 19 de julho. Procurámos igualmente efetuar uma análise a um conjunto de caraterísticas que determinam a divulgação dos ativos intangíveis nas DFC das entidades bancárias.

Para a análise à divulgação do capital intelectual na vertente de gestão, construímos um índice de divulgação do capital intelectual baseado nos modelos *Intellectus* e *InCaS* (*made in Europe*), que adaptámos ao setor bancário. O índice de divulgação do capital intelectual agrega índices de divulgação do capital humano, do capital estrutural e do capital relacional. Esta análise procurou aferir da extensão da divulgação de informação voluntária sobre o capital intelectual nos relatórios anuais e nas páginas *Web* dos bancos, assim como, das tendências de divulgação

através da análise da incidência dessa divulgação em cada um dos componentes, elementos e variáveis do capital intelectual. A análise foi também complementada com uma investigação aos fatores que potencialmente determinam a divulgação voluntária do capital intelectual, tomando em consideração a divulgação realizada nos relatórios anuais e nas páginas *Web* dos bancos.

Os resultados obtidos na determinação da extensão da divulgação contabilística revelaram um valor médio de 0,24 na divulgação sobre os intangíveis nas DFC dos grupos bancários em Portugal, ao longo dos nove anos em estudo (DIV_T). Neste índice de divulgação, os intangíveis gerados internamente (DIV_{T1}) tiveram uma média de divulgação de 0,1592; os intangíveis adquiridos a terceiros (DIV_{T2}) obtiveram um valor médio de 0,2927 e outras informações sobre ativos intangíveis ou informação opcional contemplada na norma (DIV_{T3}) de 0,1895. A média de divulgação aumenta para 0,8286 se considerarmos o índice ponderado dos indicadores divulgados sobre os indicadores que são aplicáveis às entidades bancárias (DIV_A). Também neste índice determinámos o nível de divulgação dos intangíveis gerados internamente (DIV_{A1}), o qual resultou num valor médio de 0,8772; a média de divulgação dos intangíveis adquiridos (DIV_{A2}) apresenta um valor médio de 0,8285 e a média de divulgação do subíndice de outras informações de intangíveis constantes da norma (DIV_{A3}) revela um valor médio de 0,7073.

Os resultados obtidos na primeira parte do nosso estudo empírico permitem-nos concluir que, do que é exigido pela norma contabilística IAS 38, os grupos bancários em Portugal no período em análise apenas divulgaram informação de intangíveis num valor médio de 0,24, calculados pelo índice DIV_T. Dos ativos intangíveis que possuíam, os bancos divulgaram, nesse período, uma média de informação de intangíveis de 0,8286. Estes resultados permitem-nos concluir que os grupos bancários possuem muito poucos ativos intangíveis suscetíveis de reconhecimento (e divulgação), no entanto, quando os possuem, as entidades bancárias cumprem, na generalidade dos casos, com o exigido normativamente na IAS 38.

Confirmámos um aumento na extensão da divulgação de intangíveis nas DFC dos bancos no período analisado, 2001 a 2009, sendo este aumento mais acentuado nos anos de 2005 e 2006, os primeiros anos de adoção em Portugal da norma internacional para a elaboração das DFC dos bancos. Apesar de o índice construído para analisar a extensão da divulgação de intangíveis se ter baseado nos requisitos de divulgação estabelecidos na IAS 38 e, tendo esta sido aplicada nas contas consolidadas das entidades bancárias a partir de 2005, o estudo revelou que no período anterior a 2005, os bancos que não estavam submetidos às exigências do normativo internacional, praticavam uma divulgação não muito inferior à realizada a partir desse ano. Neste sentido, a extensão da divulgação nos dois períodos considerados (antes e a partir de 2005) revela, em ambos os índices de divulgação considerados (DIV_T e DIV_A), um ligeiro aumento após a adoção do normativo internacional, o que parece indicar a existência de algum rigor informativo por parte dos bancos na divulgação de informação de intangíveis no período

anterior à adoção das normas internacionais. Muito embora não tenhamos conhecimento da existência de um Aviso ou uma Instrução do BdP para determinar que mesmo as entidades financeiras não cotadas tivessem que adotar práticas contabilísticas internacionais antes da norma de 2005, parece-nos que a regulamentação prevista no CVM exerceu, sobre estas entidades, uma influência positiva na maior divulgação de informação dos ativos intangíveis no âmbito do normativo internacional.

A investigação efetuada sobre os fatores que determinam a divulgação de informação contabilística de intangíveis realizou-se através de numa análise univariada, a qual permitiu determinar a influência de cada uma das variáveis independentes sobre as variáveis dependentes. Esta análise foi complementada com um estudo multivariado com a estimação de dados em painel com efeitos aleatórios, a qual nos permitiu concluir acerca da influência conjunta das variáveis independentes ou explicativas sobre as variáveis dependentes ou explicadas. A análise multivariada incluiu nove variáveis independentes que consideramos refletirem as caraterísticas das organizações que podem, de forma mais acentuada, influenciar a divulgação dos intangíveis. Os resultados obtidos revelaram a influência de um conjunto de causas que motivaram a extensão da divulgação de intangíveis, baseada no normativo internacional, das quais destacamos as que obtiveram maior influência nos resultados dos índices.

Como seria de esperar, a influência da adoção da IAS 38 apresentou-se como determinante nos dois os índices (e nos subíndices) de divulgação. Esta influência revela não existirem dúvidas sobre a importância da transposição para o setor bancário em Portugal do normativo contabilístico do IASB, provocando uma maior divulgação de intangíveis no âmbito desse mesmo normativo. A dimensão do conselho de administração apresentou-se igualmente como um dos fatores relevantes na determinação da divulgação de informação de intangíveis nas DFC das entidades bancárias, revelando que os bancos com maior número de membros no conselho de administração foram os que mais apresentaram informação de intangíveis nas suas DFC. A dimensão bancária apresentou-se igualmente como determinante da divulgação dos ativos intangíveis na análise efetuada pelo índice que considera a totalidade dos indicadores (DIV_T), no entanto, na consideração da divulgação em função dos *itens* que são aplicáveis a cada banco (índice ponderado pelos indicadores que o banco possui - DIV_A), a dimensão do grupo bancário não se revelou estatisticamente significativo na determinação da divulgação dos intangíveis.

Estes resultados são analizados à luz de algumas das teorias que explicam a influência de tais variáveis na divulgação de informação. Os princípios básicos das teorias da agência, dos *stakeholders* e da legitimidade explicam a influência da dimensão do grupo bancário e do conselho de administração na divulgação de informação dos intangíveis exigidos pela norma. As organizações com estas caraterísticas serão as que sofrem maior pressão por parte dos

agentes interessados para que divulguem mais informação, assim como, as que sentem maior necessidade de manter a sua legitimidade social. Estas entidades serão também as que possuem melhores sistemas de informação e que, fruto da maior separação entre os detentores do capital e os órgãos de gestão, necessitam demonstrar e justificar a sua atuação e provar a observância dos acordos estabelecidos entre eles. A teoria institucional justifica a maior quantidade de informação de intangíveis, divulgada a partir da adoção da norma internacional, como resultado de uma influência coerciva na sua aplicação.

Porque a informação divulgada no âmbito das normas contabilísticas pode não se revelar, por si só, um instrumento eficaz na tomada de decisões de gestão, considerando também que a gestão do capital intelectual é fundamental em sociedades intensivas em conhecimento e ainda, que estas organizações dispõem de métodos alternativos para divulgar informações relevantes como ferramenta para as suas decisões, complementámos a análise à divulgação baseada nos normativos contabilísticos com uma análise à divulgação realizada de forma voluntária da informação sobre o capital intelectual. Nesta investigação procurámos, tal como na análise à divulgação realizada nas DFC, obter dados sobre a extensão ou amplitude da divulgação, sendo esta análise efetuada para as informações de capital intelectual contidas nos relatórios anuais e nas páginas *Web* da banca em Portugal. Os resultados revelaram que os bancos divulgam mais informação voluntária do capital intelectual nos seus relatórios anuais do que a efetuada nas suas páginas *Web*. Concretamente, os bancos divulgaram um valor médio de informação de capital intelectual de 0,4342 nos relatórios anuais de 2010 e 0,2907 nas páginas *Web* em 2011.

Também os componentes de capital humano e capital estrutural apresentaram maior quantidade de informação divulgada nos relatórios anuais, com uma média de divulgação do capital humano de 0,3036 e 0,4753 na divulgação do capital estrutural. A divulgação destas categorias, concretizada nas páginas da *internet*, apresentou valores de médias inferiores aos valores apresentados nos relatórios anuais, sendo a divulgação do capital humano nas páginas *Web* de 0,0342 e do capital estrutural de 0,2487. O capital relacional apresentou uma divulgação nos relatórios anuais com um valor médio de 0,5178 e nas páginas *Web* de 0,5952. Este foi o único componente com maior divulgação nas *Website* do que a realizada nos relatórios anuais.

Concretizámos uma análise à incidência da divulgação voluntária através de um estudo mais detalhado aos componentes, aos elementos, às variáveis e aos indicadores de divulgação que compõem o índice que construímos. Baseados nas teorias de divulgação voluntária e na consideração da maior exposição a que o setor bancário está sujeito, confirmámos que o capital relacional é o componente mais divulgado tanto nos relatórios anuais como na *internet*, seguindo-se a divulgação do capital estrutural e, por fim, do capital humano. Considerámos também relevante analisar a divulgação por componentes do capital intelectual que o modelo *Intellectus* advoga, confirmando que o capital negócio, resultante da subdivisão do capital

relacional e representativo das relações com clientes e investidores, é o componente mais divulgado pelas instituições de crédito, apresentando um valor médio de divulgação nos relatórios anuais de 0,5536 e nas páginas *Web* de 0,6183.

Os resultados obtidos da análise à extensão da divulgação foram confrontados com os revelados em dois estudos de divulgação de informação voluntária do capital intelectual. A comparação com os resultados dos estudos de Branco *et al.* (2011) e Khan e Ali (2010) revelou que a divulgação realizada pelos bancos em Portugal nos anos de 2010 e 2011 apresenta um maior nível de divulgação do capital intelectual do que a divulgação efetuada por um conjunto de indústrias portuguesas intensivas em conhecimento (consideradas no estudo de Branco *et al*., 2011) e também, do que a divulgação nos relatórios anuais realizada por bancos comerciais no Bangladesh, analisados no estudo de Khan e Ali (2010). A média de divulgação do capital intelectual nos relatórios anuais de 2010 no estudo que desenvolvemos é de 0,4342 e a divulgação nas páginas *Web* é de 0,2907, sendo a divulgação do capital intelectual nos relatórios anuais encontrada no estudo de Branco *et al.* (2011) de 0,16 e nas páginas *Web* de 0,236. O resultado do nível de divulgação do estudo de Khan e Ali (2010) nos relatórios anuais é de 0,2928. Salvaguardada a subjetividade na consideração de elevados ou baixos níveis de divulgação presentes na maioria dos estudos desta natureza, assim como a diferença na construção dos índices de divulgação que estiveram na base dos estudos com os quais comparámos os dados obtidos, confirmamos existir um elevado nível de divulgação voluntária do capital intelectual por parte dos bancos em Portugal, relativamente aos resultados apresentados nos estudos dos autores mencionados.

No contexto da análise à incidência da divulgação da informação voluntária do capital intelectual e, dada a crescente importância que a *internet* tem atualmente, aliada a uma mais rápida, mais económica e mais visível propagação da informação, entendemos importante avaliar a tendência da divulgação por comparação entre as fontes de informação que considerámos (relatórios anuais e páginas *Web*). Os resultados revelaram que os bancos utilizam de forma complementar as duas fontes de dados na divulgação de informação voluntária sobre o capital intelectual. No que respeita aos seus componentes, também a divulgação efetuada no âmbito do capital estrutural e do capital relacional é praticada de forma complementar nos dois meios de divulgação, sendo o capital humano significativamente mais divulgado nos relatórios anuais, não se utilizando as páginas *Web* como forma de complementar a divulgação de informação deste componente realizada nos relatórios anuais.

A utilização das páginas *Web* como fonte de informações apresenta, além das vantagens enunciadas, a vantagem de ser um canal utilizado com frequência por todas as indústrias e setores, especialmente os que têm um maior número de interessados. Este canal apresenta igualmente algumas limitações que deveremos considerar. Por ser um meio voluntário de

divulgação, é também menos confiável e mais suscetível a eventuais manipulações. A menor integridade e autenticidade da informação a que as páginas *Web* podem estar sujeitas, fazem com que a divulgação, através desta fonte de comunicação, deva ser analisada com as devidas cautelas. Estas vantagens e limitações parecem ser consideradas pelos bancos nas decisões estratégicas de divulgação em ambas as fontes de informação, pois revelam nas suas páginas *Web* mais informação referente ao capital relacional, restringindo a divulgação no âmbito do capital humano.

Complementámos a análise à divulgação de informação voluntária sobre o capital intelectual com o estudo a fatores que influenciam essa divulgação. Para tal, considerámos um conjunto de cinco caraterísticas, a saber: a dimensão bancária; medidas estabelecidas de governo da sociedade; a rendibilidade; a eficiência operativa e a solvabilidade bancária. O efeito destes fatores na divulgação de informação foi analisado, separadamente, nos relatórios anuais e nas páginas *Web*, assim como para cada um dos componentes do capital intelectual.

Dos resultados obtidos destacamos a influência da dimensão da instituição como determinante na divulgação realizada tanto nos relatórios anuais como nas páginas *Web*. Este resultado, semelhante aos resultados de estudos realizados por outros autores em vários países, permitiu-nos concluir, com toda a segurança, que os maiores bancos divulgam significativamente mais informação sobre o capital intelectual nos seus relatórios anuais e nas suas páginas *Web*. Estes bancos possuem mais recursos, e também eles mais sofisticados, para a divulgação de informação ao mercado. De igual modo, são os que têm um mais diversificado grupo *stakeholders*. São igualmente estes bancos os que incorrem em maiores custos políticos decorrentes do incumprimento de algumas regras e os que servem de modelo para os bancos de menor dimensão, sendo o cumprimento destas condições que impulsionam os maiores bancos a exercer maior responsabilidade na legitimação da sua posição.

A variável independente de governo da sociedade, medida que reúne fatores latentes das variáveis dimensão do conselho de administração e remuneração dos órgãos de gestão e fiscalização, apresentou-se como um fator determinante tanto da divulgação do capital intelectual, como do componente capital relacional nos relatórios anuais e na divulgação do capital humano nas páginas *Web*. É interessante constatar a influência desta variável tanto no capital humano como no capital relacional. No que respeita ao capital humano, os bancos que possuem mais acentuadas medidas de governo da sociedade divulgam maior quantidade de informação deste componente nas páginas *Web*. De igual modo, estes bancos divulgam mais informação sobre o capital relacional nos relatórios anuais. Contrariamente, nos bancos onde as medidas de governo da sociedade não são tão rigorosas, a informação divulgada é menor no que respeita ao capital humano nas páginas *Web* e ao capital relacional nos relatórios anuais. Confirmamos, por isso, a existência de uma maior transparência na divulgação voluntária

determinada pela existência de marcadas medidas de governo da sociedade, o que se justificará pela inerente monitorização que tais medidas contemplam, fruto dos princípios formulados pela teoria da agência.

No que respeita às medidas económico-financeiras específicas do setor bancário, nenhuma se apresentou como fator relevante dessa mesma divulgação na análise multivariada que realizámos. No entanto, consideramos importante referir que os resultados da análise da associação das variáveis independentes entre si sugerem que são os bancos com menor rendibilidade e menor solvabilidade os que divulgam mais informação voluntária do capital intelectual. A associação da variável eficiência operativa com a divulgação do capital intelectual revela também que os bancos mais eficientes são os que divulgam mais informação voluntária do capital intelectual. Procurámos a justificação dos resultados da influência das variáveis económicas e financeiras através dos resultados apresentados na tabela de correlações entre as variáveis explicativas, a qual nos permitiu confirmar a associação negativa, moderada e estatisticamente significativa da variável solvabilidade com a variável dimensão bancária, o que confirma a fragilidade e menor solidez financeira dos maiores bancos. Também a correlação negativa, moderada e estatisticamente significativa existente entre as variáveis explicativas de rendibilidade e eficiência, ratifica a asserção de que estas duas variáveis estão associadas na análise ao desempenho das organizações. O sinal negativo da associação da rendibilidade e da associação da eficiência com a dimensão bancária confirma, no entanto, que são os maiores bancos os que apresentam menores índices de rendibilidade e maior indicador de eficiência operativa. Como nenhuma destas variáveis se apresentou estatisticamente significativa na associação com a dimensão dos bancos, podemos concluir existirem disparidades significativas em termos de rendibilidade e eficiência nas instituições de crédito em Portugal. No que diz respeito à solvabilidade, os resultados confirmaram que não serão os maiores bancos que têm assegurado capital de melhor qualidade em termos de disponibilidade e capacidade de absorção por perdas, estando, por isso, mais vulneráveis aos riscos associados à sua atividade, ou seja, o risco operacional, o risco de mercado e o risco de crédito.

Consideramos relevante no âmbito deste estudo referir a discrepância de relatórios anuais apresentados pelos bancos analisados. Enquanto uns bancos possuem um conjunto de relatórios muito incisivos e detalhados, nomeadamente o Relatório de sustentabilidade e o Relatório de governo da sociedade, essencialmente pela regulamentação a que estão sujeitos no âmbito do CVM e da CMVM, outros bancos apresentam unicamente o Relatório de gestão com divulgação de informação mínima sobre o capital intelectual. Esta situação limita as conclusões a extrair ao existir uma maior quantidade de informação divulgada por bancos que possuem Relatórios de sustentabilidade e de governo da sociedade do que a quantidade de informação divulgada pelos bancos que não dispõem desses relatórios.

Apontamos ainda como limitação na análise efetuada a estes documentos o facto de não terem sido identificados especificamente os relatórios em que a informação foi divulgada. Uma identificação clara não só do relatório que contém a informação como uma localização mais pormenorizada dentro dos próprios relatórios poderia ter enriquecido a análise, no entanto, dada a já referida discrepância de reportes existentes entre os bancos analisados, tal apreciação poderia não ser conclusiva. Destacamos que a realização de uma análise exclusivamente quantitativa, que não teve em consideração os dados para avaliar a natureza qualitativa da divulgação, revela-se também uma limitação nesta investigação.

Salientamos também que a análise a este setor tão singular impõe a construção de um índice de divulgação muito específico e pouco replicável, sendo necessárias várias adaptações para que o mesmo seja aplicável a outros setores e mesmo dentro do próprio setor dos serviços financeiros. Neste sentido, é importante assinalar como restrição à nossa investigação que a análise à população de determinada indústria limita a generalização das conclusões, as quais apenas poderão ser interpretadas para o setor estudado. Assinalamos igualmente que a análise aos relatórios de apenas um ano, no estudo da divulgação de informação voluntária do capital intelectual, pode limitar as conclusões obtidas, por se considerar um único ponto no tempo.

Salientamos ainda como limitações na investigação realizada à divulgação de informação voluntária do capital intelectual que, apesar de o índice de divulgação que construímos para esta análise estar baseado em modelos que contemplaram estudos empíricos anteriores; que o modelo *Intellectus* foi a base de estudos aplicados à mensuração do capital intelectual no setor bancário em Espanha e ainda, que anteriormente à concretização deste estudo foi realizado um teste piloto com a aplicação do mesmo índice de divulgação, opiniões de profissionais e investigadores sobre a construção do índice de divulgação poderiam ter enriquecido esta análise.

Como referido anteriormente, na investigação empírica adotámos como metodologia de investigação a análise de conteúdo. Desta metodologia detacamos como limitação a subjetividade na própria construção do índice de divulgação. A procura de um maior detalhe na elaboração dos indicadores ou atributos de divulgação poderá ter colmatado a limitação da subjetividade na sua interpretação, além de poder refletir mais especificamente os indicadores relevantes neste setor em termos do capital intelectual. No entanto, foram tomadas decisões subjetivas, nomeadamente se determinados indicadores pertencem a determinado componente, elemento e variável, assim como se determinada informação responde a mais do que um indicador de divulgação. Como solução para dotarmos esta análise de estabilidade e para mitigar a subjetividade e a ambiguidade, realizámos a leitura dos relatórios com um intervalo de tempo de um mês, sendo a segunda leitura a que nos permitiu realizar uma análise mais rigorosa e comparativa acerca dos *itens* sobre os quais existiram dúvidas.

A análise de conteúdo é também uma análise estática que não contempla motivações ou fatores humanos que poderiam condicionar ou incentivar a divulgação. Não contempla, igualmente, opiniões acerca do que é considerado relevante na divulgação voluntária do capital intelectual, podendo, nesta investigação, mostrar-se pertinente a realização de questionários a utilizadores e a preparadores dos relatórios anuais, de modo a abranger outras perspetivas de análise, assim como, contribuir de forma mais acentuada para a ratificação da teoria da legitimidade (Steenkamp, 2007). A elaboração desses questionários a alguns dos principais *stakeholders*, poderia ajudar a aferir da perceção da maior importância atribuída a cada um dos componentes do capital intelectual, permitindo obter um maior entendimento acerca da estratégia das organizações em divulgarem mais informação contida nos atributos do capital intelectual.

Independentemente das particularidades que caraterizam este setor, a divulgação voluntária do capital intelectual pelos bancos em Portugal segue as tendências de outros setores e as práticas adotadas em outros países, nomeadamente no que se refere à extensão da informação divulgada, à incidência da divulgação sobre os indicadores do capital relacional e à importância da variável dimensão como determinante da divulgação do capital intelectual.

Consideramos importante referir algumas das principais contribuições desta investigação para o conhecimento e para a prática organizacional.

A construção de um índice específico para o setor bancário com a consideração de indicadores apropriados a uma análise mais profunda em termos de número de indicadores considerados e, ao mesmo tempo, abrangente no sentido de considerar os atributos mais relevantes dos componentes do capital intelectual, coloca nesta investigação a pretendida inovação e contribuição para o conhecimento. Consideramos também que os resultados desta investigação poderão ser um incentivo para que os bancos divulguem mais informação sobre o capital intelectual nos seus relatórios anuais. Este incentivo deverá ser promovido pelo BdP, entidade reguladora do setor bancário, no sentido de exercer alguma influência sobre os bancos, evitando que estes apenas cumpram os requisitos de divulgação exigidos pela norma contabilística, por normas para a elaboração de Relatórios de gestão, Relatórios de responsabilidade social corporativa, Relatórios de governo da sociedade, entre outros.

A não existência de um reporte do capital intelectual contribui para a existência de diferentes níveis de divulgação nesta matéria. Dado que são os bancos de grandes dimensões os que possuem relatórios mais completos, nomeadamente fruto do cumprimento regulamentar da sua responsabilidade social e ambiental, a divulgação que realizam é significativamente maior do que outras entidades bancárias que apenas divulgam nos Relatórios de gestão e exibem, na maioria das vezes, o mínimo de informação. Consideramos, por isso, que deve ser desenvolvido um quadro consistente de divulgação do capital intelectual para este setor, sendo o BdP a

entidade que deve exercer o papel principal nessa recomendação, através da emissão de um Aviso ou uma Instrução que regulamente o que se deve divulgar e como o concretizar.

Temos a convicção de que a existência de um relatório harmonizado de divulgação voluntária do capital intelectual pode favorecer uma maior transparência, maior confiança e maior reputação das instituições bancárias dado que, a informação contida nestes relatórios deve reunir estas caraterísticas, mais ainda quando se trata do setor mais visível, economica e financeiramente relevante e politicamente muito sensível. Deste modo, pretendemos contribuir para uma maior transparência e rigor na divulgação neste setor, foco de atenção de muitos *stakeholders*, podendo esta iniciativa incentivar a aplicabilidade em outros setores, mesmo os que são menos intensivos em capital intelectual, evitando que a sua divulgação voluntária satisfaça mais os interesses das entidades do que dotá-la de uma maior consistência, transparência e comparabilidade.

Consideramos que este trabalho poderá contribuir para os estudos desta temática em setores intensivos em conhecimento como é o caso do setor bancário. Na revisão bibliográfica que desenvolvemos não encontrámos nenhuma investigação na qual se tenha realizado uma análise simultânea à divulgação baseada no normativo contabilístico dos intangíveis e à divulgação voluntária do capital intelectual, aplicada a um setor intensivo em conhecimento. Esta análise pretende, por isso, contribuir para incrementar a literatura das políticas de divulgação do capital intelectual em Portugal.

As conclusões e contribuições assim como as limitações reconhecidas poderão ser consideradas como ponto de partida para futuras investigações.

Considerando esta investigação exploratória no entendimento das práticas de divulgação do capital intelectual no setor bancário, torna-se imperativa a complementaridade da análise efetuada com uma outra para avaliar a natureza qualitativa da divulgação de informação do capital intelectual. Através da consideração de uma unidade de medida qualitativa que contemple índices ponderados para melhor concluir acerca do foco, da intensidade e da diversidade, permitir-se-ia um conhecimento mais aprofundado deste setor em Portugal.

Também a complementaridade na análise efetuada com outras unidades de análise seria relevante. A realização de entrevistas, inquéritos ou estudos de caso poderia ajudar a avaliar as motivações pelas quais se divulga voluntariamente o capital intelectual. Consideramos ainda que a adaptação do índice construído ao estudo da mensuração do capital intelectual, e simultaneamente, a sua divulgação, é uma das ambições que consideramos poder ser relevante no âmbito de uma análise conjunta à mensuração e à divulgação, já que a mesma permitiria determinar a discrepância existente entre o valor do capital intelectual e a divulgação que sobre ele se realiza. Considerando como provável que esta medição obterá valores elevados, tal

análise revelaria mais objetivamente a importância do capital intelectual nas organizações. Ao mesmo tempo, consideramos que os resultados da divulgação poderão revelar-se acentuadamente inferiores, o que revela uma interessante linha de investigação futura a determinação das causas dessa menor divulgação.

Consideramos igualmente importante que o índice de divulgação construído seja aplicado ao mesmo setor em diferentes países. Uma análise deste tipo permitiria conhecer a realidade deste setor específico a nível ibérico, europeu e inclusivamente permitiria uma comparação entre continentes. Além de fatores económicos, esta análise deverá contemplar outros fatores que podem determinar essa mesma divulgação, nomeadamente causas culturais, políticas e sociais.

Porque os fatores económicos e financeiros considerados nesta investigação não se apresentaram determinantes na divulgação voluntária do capital intelectual, consideramos uma via interessante em futuras investigações, uma análise que permita determinar se a divulgação voluntária sobre o capital intelectual se apresenta com uma influência positiva nas caraterísticas económicas e financeiras, confirmando, desta forma, o capital intelectual como uma fonte de criação de valor das organizações.

Dada a possibilidade de evolução na extensão da divulgação de informação sobre o capital intelectual e a cada vez maior importância do tema, uma análise longitudinal à sua divulgação nos relatórios anuais que permita conhecer as práticas de divulgação do capital intelectual num período lato de tempo, pode ser também uma proposta para linhas de investigação futuras. Nesta análise, outros fatores deverão igualmente ser analisados como possíveis determinantes dessa mesma divulgação, nomeadamente fatores políticos e sociais. Os resultados observados na investigação sugerida levam-nos a considerar, tal como reconhecido por Mention (2011), que os efeitos da grave crise financeira (também económica e social) poderão produzir resultados diferentes em pesquisas futuras, dada a exigência de maior transparência para que se restabeleça a confiança do sistema financeiro internacional. Por isso sugerimos, em futuras investigações, a aplicação do índice de divulgação aqui construído numa análise aos próximos anos, o que permitiria manifestar as implicações da atual crise na divulgação do capital intelectual.

Consideramos que no âmbito do capital intelectual, a comunidade científica deverá prosseguir com as investigações, para que seja assumida, como imperativa, a existência de um modelo consistente e harmonizado de relatório do capital intelectual, para que as organizações do terceiro milénio possam manifestar os recursos que constituem os seus fatores competitivos por excelência. Este é, no entanto, um tema que se apresenta como um caminho longo e sinuoso.

CONCLUSIONES, LIMITACIONES Y SUGERENCIAS PARA INVESTIGACIÓN

La economía y las empresas están, en la actualidad, sujetas a una presión competitiva sin precedentes. La nueva economía se caracteriza por una globalización creciente y la apertura de nuevos mercados, resultado de la mayor competencia y el requerimiento de una mayor rentabilidad, por parte de las empresas, que les proporcione ventajas competitivas y posiciones de liderazgo en el mercado. Es en este contexto donde las tecnologías de información y comunicación, especialmente *internet*, tienen un papel fundamental, en la constitución de una economía de red caracterizada por la utilización intensiva del conocimiento y la continua innovación en la producción de bienes y servicios. Esta es la economía del conocimiento y de la innovación donde las empresas no pueden vivir aisladas, sustentando su supervivencia más en las relaciones que establecen con terceros que en sus propios recursos (Lev, 2003).

El capital intelectual es la materialización del conocimiento existente en las organizaciones mediante la aplicación de experiencias adquiridas, de la creatividad, del talento, de las competencias organizativas y del *know-how* técnico, que conduce a la innovación, al fortalecimiento de la capacidad competitiva en el futuro y a la obtención de beneficios de forma sostenible en el tiempo. El capital intelectual es un tema ampliamente analizado y debatido en el ámbito académico, lo que hace que surjan numerosos proyectos con el objetivo de encontrar una mayor armonización en la forma de relatarlo.

Se acepta, entre los estudiosos de manera unánime, que el capital intelectual se puede clasificar en tres componentes: el capital humano, el capital estructural y el capital relacional. El capital humano incluye el conocimiento individual, las cualificaciones, la experiencia, las habilidades, la creatividad y las competencias de cada individuo en la organización. Se identifica el capital estructural como el conocimiento que esta inserto en las rutinas, en los procesos y procedimientos organizacionales, la cultura organizacional y la tecnología adoptada. El capital relacional se refiere al conocimiento existente en las relaciones con las entidades de negocios y otras entidades externas con las cuales la organización mantiene vínculos de responsabilidad social y medioambiental.

La contabilidad tradicional, dado que está basada en un conjunto de normas conservadoras, no permite el reconocimiento de una gran parte de los elementos intangibles que crean innovación y generan valor organizacional. La contabilidad sólo permite el reconocimiento de estos activos intangibles en caso de adquisición de activos individualmente considerados o como resultado de una operación de concentración empresarial. Incluso, en este último caso, y como resultado de la dificultad en su identificación y su medición, la mayoría de estos elementos intangibles, que son las verdaderas fuentes de valor, quedan agregados a una rúbrica residual denominada fondo de comercio (Rodrigues, 2006). Este capital intelectual, que queda incluido totalmente en el fondo de comercio, sólo es reconocido cuando se produce una transacción, no quedando registrado separadamente en los estados financieros de las entidades que los poseen. Esto puede

producir una pérdida de relevancia y de fiabilidad de la información financiera y, por ende, de la utilidad de los estados financieros de las organizaciones actuales.

La investigación que hemos realizado intentó estudiar las prácticas de divulgación del capital intelectual en el sector bancario. Este sector, además de ser fundamental en el sistema financiero y económico de un país, es también considerado uno de los más intensivos en conocimiento, consecuencia de las exigentes cualificaciones y competencias requeridas a sus trabajadores, de las continuas innovaciones tecnológicas, de la fuerte concurrencia a la que está sometido y de la necesaria eficacia de los servicios prestados a los clientes.

La influencia del capital intelectual en el funcionamiento del sector bancario ha sido poco estudiada, principalmente a cuestiones referidas al cómo las organizaciones de este sector divulgan información de los recursos que les proporcionan mayores ventajas competitivas. Al analizar la divulgación del capital intelectual en el sector bancario hemos intentado evaluar la importancia que el mencionado sector atribuye a la transparencia en la divulgación de la información, es decir, cuales son sus estrategias para demostrar su honestidad, su sinceridad y su profesionalidad a sus usuarios claves (Hwan-Yann *et al*., 2011), pues más que en ningún otro sector, la construcción de indicadores de divulgación deberá tener como meta el logro de las características, definidas por Petty e Guthrie (1999), de transparencia, de confiabilidad y de comparabilidad, como en el sector bancario.

Estas organizaciones son evaluadas constantemente por los *stakeholders* y éstos tienen cada vez mayor influencia en sus negocios, pues de ellos depende en gran medida el mantenimiento de su reputación y la legitimidad en su comportamiento, cuestiones de vital importancia en el mercado. Consideramos, por eso, que en un sector en el que la seguridad y la confianza que muestran al mercado con su actuación es esencial, la misma surgirá también de los esfuerzos que las organizaciones realicen por transmitir esa imagen de credibilidad en los principales medios utilizados para comunicarse con el mercado, es decir, dependerá de la información que divulguen.

Para ello, y dentro del marco teórico, hemos analizado las teorías que tratan la divulgación de información en las organizaciones para extraer los principios de divulgación empleados, así como aquellos que están más directamente relacionados con los factores que creemos serán relevantes para nuestro estudio. Hemos abordado la metodología de análisis de contenido a fin de lograr un encuadramiento y una mayor comprensión del tema que nos propusimos desarrollar, dada la relevancia que el análisis de contenido tiene en la divulgación de la información.

Del mismo modo, en el análisis teórico realizado, se encuadró sucintamente el sector bancario, así como las normas y los reglamentos que lo orientan. También realizamos una selección de

estudios empíricos en el ámbito de la divulgación de información del capital intelectual, en las últimas décadas, de aquellos que creemos han contribuido, en mayor medida, al desarrollo empírico de la materia que esta ocupa investigación.

Para conocer el grado de divulgación del capital intelectual en el sector bancario en Portugal, así como los factores que la determinan, hemos acometido nuestro análisis desde dos perspectivas: una primera basada en la divulgación de la información de acuerdo con la normativa contable y una segunda perspectiva fundada en la divulgación de la información esencial para la gestión organizacional. Si bien este doble análisis se formalizó en un sector de actividad, el mismo se llevó con cabo en dos poblaciones diferentes, a saber: los estados financieros consolidados de los diecisiete grupos bancarios que operaban en Portugal para el análisis de la divulgación basado en la normativa contable de activos intangibles y, los informes anuales individuales y las páginas *Web* de los treinta y dos bancos de este país que presentaron sus cuentas anuales para analizar la divulgación de la información desde una perspectiva de la gestión.

Esta investigación se ha basado en la complementariedad de teorías económicas y de teorías sociales y políticas. Por ello, hemos analizado las teorías de la agencia, de los *stakeholders*, de la legitimidad y la teoría institucional para determinar, según ellas, cuales son las prácticas de divulgación de información del capital intelectual en el sector bancario en Portugal a lo largo de un periodo de once años. Así, hemos procedido a un análisis longitudinal, durante el período correspondiente a los años 2001-2009, para el estudio de la divulgación en el ámbito de la normativa contable de activos intangibles, y durante los años 2010 y 2011 efectuamos el estudio de la divulgación voluntaria del capital intelectual.

Los fundamentos de las teorías de la agencia, de los *stakeholders* y de la legitimidad ejercen una influencia en la divulgación de la información no sólo como un reflejo de la mayor utilidad de la información y de una mayor exigencia, por parte de los agentes interesados, en esas informaciones, sino también por la necesidad de las organizaciones por mantener o aumentar su legitimidad ante la sociedad. La teoría institucional justifica la divulgación de la información relativa a los intangibles, exigida por la normativa contable, por la existencia de algún isomorfismo coercitivo ante la obligatoriedad en la adopción de las normas de contabilidad aplicadas.

Ambos análisis se realizaron a las entidades bancarias que operan en Portugal. Si bien el reducido número de instituciones de crédito en este país suponía una limitación a nuestro estudio, aquel se justifica en la medida que se ha plantado un estudio sobre un sector intensivo en capital intelectual y que, en Portugal, ha sido escasamente estudiado.

En el análisis sobre la divulgación de capital intelectual desde la perspectiva contable, se consideró la divulgación exigida en el ámbito de la normativa de contabilidad aplicada en

Portugal, concretamente las disposiciones de la NIC 38 del IASB, por ser la normativa utilizada, por la generalidad de las entidades bancarias, en la preparación de sus estados financieros consolidados. Para el estudio realizado en la perspectiva de la gestión, fue considerada la divulgación voluntaria realizada del capital intelectual para lo cual nos basamos en modelos recientes de informes de capital intelectual que se han elaborado en el contexto europeo. Dado que estimamos que la investigación, realizada sobre estas dos perspectivas, es complementaria, hemos procurado materializar el análisis a través de la construcción de dos índices generales de divulgación.

El primer índice procuramos concebirlo como un indicador de los requisitos de divulgación contable establecidos en la NIC 38, a través del cual pudiéramos analizar los estados financieros consolidados de los diecisiete bancos que han presentado las cuentas consolidadas en Portugal durante todo el período comprendido entre los años 2001 y 2009. El segundo índice de divulgación ha pretendido captar los atributos más relevantes que contribuyen a la creación de valor de estas organizaciones. De igual manera, hemos intentado que los indicadores muestren el caráter multidimensional del que dispone el capital intelectual.

En este contexto, hemos considerado la obtención de los datos a través de dos fuentes de información: los informes anuales y las páginas *Web* de los treinta y dos bancos que operan en Portugal que han presentado los informes anuales individuales de 2010 en lengua portuguesa, y que han dispuesto en 2011 de una página *Web* accesible y autónoma. Así pues, habida cuenta de la amplia variedad de atributos que abarcamos en nuestro trabajo, así con la particularidad de que la divulgación de la información en las dos fuentes incluye información no obligatoria, hemos denominado a esta segunda perspectiva del análisis como de divulgación de la información voluntaria.

El análisis de la divulgación requerida por la normativa contable fue realizado a través de otros dos análisis. Con ello hemos procurado, por un lado, determinar cuál es la extensión de la divulgación sobre intangibles presentada por los bancos en sus estados financieros consolidados en proporción a la totalidad requerida en la norma (DIV_T) y, por otro lado, analizar cuál es la extensión de la información divulgada en relación a la que cada una de las entidades posee o tiene (DIV_A). El primer subíndice procuró ser indicador de la cantidad de información divulgada en relación a lo que es contemplado en la normativa y el segundo subíndice de divulgación revelaría el grado de cumplimiento de las exigencias de divulgación de los activos intangibles por los grupos bancarios.

Por lo tanto, en la primera parte del estudio empírico hemos intentado analizar la divulgación de intangibles en un período de nueve años, concretamente teníamos la intención de evaluar la extensión de la misma en ese período, observar la evolución que la divulgación sufrió y el impacto que sobre ella tuvo la adopción de la normativa internacional de contabilidad por

imposición del Reglamento (CE) n.º 1606/2002, de 19 de julio. Hemos procurado, también, analizar aquel conjunto de características que determinan la divulgación de los activos intangibles en los estados financieros consolidados de las entidades bancarias.

Para el análisis sobre la divulgación del capital intelectual en la perspectiva de la gestión, construimos un índice de divulgación de capital intelectual, basado en los modelos *Intellectus* e *InCaS* (*made in Europe*) que hemos adaptado al sector bancario.

El índice de divulgación del capital intelectual agrupa índices de divulgación del capital humano, del capital estructural y del capital relacional. Este análisis intentó evaluar la extensión de la divulgación de información voluntaria del capital intelectual en los informes anuales y en las páginas *Web* de los bancos, así como las tendencias de divulgación a través del análisis de la incidencia de dicha divulgación en cada uno de los componentes, elementos y variables del capital intelectual. El análisis se complementó con la investigación de los factores que, potencialmente, determinarían la divulgación voluntaria de capital intelectual, teniendo en cuenta la realizada en los informes anuales y en las páginas *Web* de los bancos.

Los resultados obtenidos en la determinación de la extensión de la divulgación basada en la norma de contabilidad revelaron un valor medio de 0,24 en la divulgación sobre los intangibles en los estados financieros consolidados de los bancos en Portugal a lo largo de los nueve años que estudiamos (DIV_T). En este índice de divulgación, los intangibles generados internamente (DIV_{T1}) tuvieron un valor medio de divulgación de 0,1592, los intangibles adquiridos a terceros (DIV_{T2}) tuvieron un valor medio del 0,2927 y otras informaciones sobre activos intangibles o información opcional contemplada en la norma (DIV_{T3}) del 0,1985. La media de divulgación se eleva a 0,8286 si considerarnos el índice ponderado de indicadores divulgados sobre los indicadores que son aplicables a las entidades bancarias (DIV_A). También en este último índice se determinó el nivel de divulgación de los intangibles generados internamente (DIV_{A1}), resultando ser de 0,8772, el nivel de divulgación de los intangibles adquiridos (DIV_{A2}) presentó un valor medio de 0,8285 y la divulgación del subíndice de otras informaciones de intangibles que constan de la normativa (DIV_{A3}) reveló con un valor de 0,7073.

Así, los resultados de la primera parte de nuestro estudio empírico nos permiten concluir que, de lo exigido por la norma de contabilidad NIC 38, los grupos bancarios en Portugal durante el período de análisis, sólo divulgaron información de intangibles en orden de un valor de un 0,24, calculado por el índice DIV_T. De los activos intangibles que poseían, los bancos divulgaron durante ese periodo, una media de información de intangibles de 0,8286. Esto nos lleva a extraer como conclusión que los grupos bancarios tienen muy pocos activos intangibles susceptibles de reconocimiento (y de divulgación), sin embargo, cuando los tienen las entidades bancarias cumplen, en la generalidad de los casos, con lo requerido en la normativa NIC 38.

Hemos confirmado un incremento en la extensión de la divulgación de los intangibles en los estados financieros consolidados de los bancos en el período de análisis (2001-2009), correspondiendo el aumento más significativo a los años de 2005 y 2006, siendo éstos los primeros años aplicación de la norma internacional para la confección de los estados financieros consolidados de los bancos en Portugal.

Aunque el índice construido para analizar la extensión de la divulgación de los intangibles se basó en los requisitos de divulgación establecidos en la NIC 38 y, habiendo sido la normativa aplicada en las cuentas consolidadas de las entidades bancarias a partir de año 2005, el estudio reveló que en el período anterior al 2005, los bancos, que no estaban sometidos a las exigencias de la norma internacional, divulgaban la información en un grado no muy inferior al existente a partir de este año.

En este sentido, la extensión de la divulgación en los dos períodos considerados (antes y después del 2005) muestra un pequeño aumento de la misma después de la aprobación de la normativa internacional en ambos índices de divulgación considerados (DIV_T y DIV_A), lo que parece mostrar la existencia de un rigor informativo, por parte de los bancos en la divulgación de información de intangibles en el periodo previo a la adopción de la norma internacional. Aunque no tenemos conocimiento de un "Aviso" o una "Instrução" que obligara a las entidades financieras que no cotizaban a adoptar prácticas contables internacionales antes de la normativa de 2005, nos parece que la existencia del CVM ha ejercido, a estas entidades, una influencia positiva en la mayor divulgación de los activos intangibles en el ámbito de la normativa internacional.

La investigación realizada sobre los factores que determinan la divulgación de información de activos intangibles basados en la normativa de contabilidad, se ha realizado con un análisis univariado el cual ha permitido determinar la influencia de cada una de las variables independientes en las variables dependientes. Este análisis se ha complementado con un estudio multivariante con la estimación de datos de panel con efectos aleatorios, el cual nos ha permitido concluir acerca de la influencia conjunta de variables independientes o explicativas sobre las variables dependientes o explicadas. En este análisis fueron observadas nueve variables independientes que, creemos, reflejaron aquellas características de las organizaciones que en mayor medida pueden influir en la divulgación de los intangibles.

Los resultados obtenidos revelaron la influencia de un conjunto de hechos que motivaron la extensión de la divulgación de intangibles, basada en la normativa internacional, de las cuales destacamos las que han obtenido una mayor influencia en el resultado de los índices. Como era de esperar, la influencia de la adopción de la NIC 38 se presentó como determinante en los dos índices (y en los subíndices) de divulgación. Esta influencia muestra que no hay ninguna duda

acerca de la importancia de la adopción, en el sector bancario en Portugal, de la norma contable del IASB, lo que provocó una mayor divulgación de intangibles.

El "tamaño de consejo de administración" se ha presentado también como uno de los factores relevantes en la determinación de la divulgación de información de los intangibles en los estados financieros consolidados de las entidades bancarias, revelando que los bancos con mayor número de miembros en el consejo de administración han sido los que más información de intangibles presentaron en sus estados financieros.

El "tamaño del banco" también se ha mostrado como un factor determinante de la divulgación de los activos intangibles en el análisis realizado por el índice que considera todos los indicadores (DIV_T), sin embargo, en la consideración de la divulgación de los elementos que se aplican a cada banco (índice ponderado por los indicadores que el banco tienen - DIV_A), la dimensión del grupo bancario no resultó estadísticamente significativa en la determinación de la divulgación de los intangibles.

Estos resultados son analizados a la luz de algunas de las teorías que explican la influencia de estas variables en la divulgación de la información. Los principios básicos de las teorías de la agencia, de los *stakeholders* y de la legitimidad explican la influencia de la dimensión del grupo bancario y del consejo de administración sobre la divulgación de la información de intangibles exigida por la normativa. Las organizaciones con estas características serán las que tengan mayor presión por parte de los interesados para divulgar mayor información, así como las que mayor necesidad sientan de mantener su legitimidad social. Estas entidades serán también las que posean mejores sistemas de información y que, fruto de una mayor separación entre los titulares del capital y los órganos de administración, necesiten probar la observancia de los acuerdos establecidos entre ellos. La teoría institucional justifica la mayor cantidad de información de intangibles, divulgada a partir de la adopción de la normativa internacional, como resultado de una influencia coercitiva en su aplicación.

Habida cuenta de que la información divulgada en el ámbito de las normas de contabilidad pueden no revelase, por sí sola, un instrumento eficaz en la toma de decisiones de gestión, y considerando también que la gestión del capital intelectual es fundamental en las sociedades intensivas en conocimiento, y aún que estas organizaciones disponen de métodos alternativos para divulgar informaciones relevantes como herramienta para sus decisiones, hemos complementado el análisis a la divulgación de intangibles basada en la normativa internacional con un análisis a la divulgación realizada de manera voluntaria del capital intelectual.

En esta investigación hemos intentado, como en el análisis de divulgación realizado en los estados financieros consolidados, obtener datos acerca de la extensión o amplitud de la divulgación, siendo este análisis realizado para las informaciones acerca del capital intelectual,

contenidas en los informes anuales y en las páginas *Web* de la banca en Portugal. Los resultados revelaron que los bancos divulgan más información voluntaria de capital intelectual en sus informes anuales que la realizada en sus páginas *Web*. Concretamente, los bancos divulgan un valor medio de información del capital intelectual de 0,4342 en los informes anuales y del 0,2907 en las páginas *Web*.

De igual manera, de los componentes del capital humano y del capital estructural se divulga mayor información en los informes anuales, con una media de divulgación del capital humano de 0,3036 y de 0,4753 en la divulgación del capital estructural. La divulgación de estos componentes reflejada en las páginas de *internet*, presentaron valores medios inferiores a los valores presentados en los informes anuales, siendo la divulgación del capital humano en las páginas *Web* de 0,0342 y la del capital estructural de 0,2487. El capital relacional presentó una divulgación en los informes anuales con un valor medio del 0,5178 y en las páginas *Web* de 0,5952. Éste fue el único componente que tuvo mayor divulgación en el *Website* que la que se llevo a cabo en los informes anuales.

De igual modo, hemos realizado un análisis de la incidencia de la divulgación voluntaria, a través de un estudio más detallado de los componentes, de los elementos, de las variables y de los indicadores de divulgación que componen el índice que construimos. Basados en las teorías de divulgación voluntaria y en la mayor exposición a que el sector bancario está sujeto, hemos podido comprobar que el capital relacional es el componente más divulgado, tanto en los informes anuales como en *internet*, siguiéndole el capital estructural y el capital humano. Hemos considerado, igualmente, pertinente analizar la divulgación por componentes del capital intelectual que el modelo *Intellectus* preconiza, confirmando que el capital negocio, representativo de las relaciones con los clientes e inversores y resultante de la subdivisión del capital relacional, es el componente más divulgado por las entidades de crédito, presentando una media de divulgación en los informes anuales de 0,5536 y en las paginas *Web* de 0,6183.

Los resultados obtenidos del análisis de la extensión de la divulgación fueron enfrentados a los revelados en dos estudios de divulgación de información voluntaria del capital intelectual. La comparación con los resultados de los estudios de Branco *et al.* (2011) y Khan y Ali (2010) reveló que la divulgación realizada por los bancos en Portugal en 2010 y 2011 presenta un mayor nivel de divulgación de capital intelectual en comparación con el realizado por un conjunto de industrias portuguesas intensivas en conocimiento (consideradas en el estudio de Branco *et al.*, 2011) y también, el realizado por una serie de bancos comerciales en Bangladesh, analizados en el estudio de Khan y Ali (2010).

La media de divulgación del capital intelectual en los informes anuales del 2010, en el estudio que desarrollamos, es de 0,4342 y la divulgación en las páginas *Web* es de 0,2907, siendo la divulgación del capital intelectual en los informes anuales en el estudio Branco *et al.* (2011) de

0,16 y en las paginas *Web* de 0,236. El resultado del nivel de divulgación en el estudio de Khan y Ali (2010), que sólo realizó para los informes anuales, es de 0,2928. Salvaguardada la subjetividad en la consideración de elevados o bajos niveles de divulgación presentes en la mayoría de los estudios de este tipo, así como la diferencia en la construcción de los índices de divulgación que estuvieran en la base de los estudios con los cuales comparamos los datos obtenidos, se puede confirmar que existe un alto nivel de divulgación voluntaria de capital intelectual por los bancos en Portugal en relación con los resultados presentados en los estudios de los autores mencionados.

En el contexto del análisis de la incidencia de la divulgación voluntaria del capital intelectual, y dada la importancia que *internet* tiene en la actualidad, combinada con una más rápida, más económica y más visible propagación de la información, creemos importante evaluar la tendencia de la divulgación comparando la información en las fuentes de información que consideramos (informes anuales y páginas *Web*). Los resultados revelaron que los bancos utilizan, de forma complementaria, las dos fuentes de datos para la divulgación voluntaria de capital intelectual. Con respecto a sus componentes, también la divulgación realizada en el ámbito del capital estructural y capital relacional es practicada de manera complementaria en los dos medios de divulgación, siendo el capital humano significativamente más divulgado en los informes anuales, no utilizándose las páginas *Web* como una forma de complementar la divulgación de información realizada en los informes anuales.

La utilización de las páginas *Web*, como fuente de información, tiene adicionalmente a las mencionadas, la ventaja de que es un canal utilizado con frecuencia por todas las industrias y sectores, especialmente aquellos que tienen un mayor grupo de interesados, si bien presenta algunas limitaciones que debemos tener en cuenta. Como medio voluntario de divulgación, es menos fiable y más susceptible de manipulaciones. La menor integridad y autenticidad de la información a las páginas *Web* pueden hacer que la divulgación, a través de esta fuente de comunicación, deba analizarse con las precauciones debidas. Estas ventajas y limitaciones parecen ser consideradas por los bancos cuando diseñan el itinerario estratégico relativo a la divulgación pues revelan en este medio de comunicación más información referida al capital relacional, restringiendo en el mismo la proporcionada del capital humano.

Por otra parte complementamos el análisis a la divulgación voluntaria de capital intelectual con el estudio de aquellos factores que influyen en esa divulgación. Para eso, hemos considerado un conjunto de cinco caraterísticas, a saber: la dimensión del banco, las medidas de gobierno corporativo establecidas, la rentabilidad, la eficiencia operacional y la solvencia del banco. El efecto de estos factores en la divulgación fue analizado tanto para la información proporcionada en los informes anuales como la presentada en las páginas *Web*, así como para cada uno de los componentes del capital intelectual.

De los resultados obtenidos destacamos la influencia que tiene el "tamaño de la institución" como factor determinante en la divulgación realizada tanto en los informes anuales como en las páginas *Web*. Este resultado, similar a los resultados de estudios realizados por otros autores en otros países, nos ha permitido concluir, con total seguridad, que los mayores bancos divulgan significativamente más información del capital intelectual en sus informes anuales y en sus páginas *Web*. Estos bancos tienen más medios y más sofisticados para la divulgación. De igual modo, son los que tienen un mayor grupo de interesados. También son estos bancos los que incurren en mayores costes políticos resultantes del incumplimiento de algunas reglas y los que sirven de ejemplo para los bancos más pequeños, de ahí que sea el cumpliendo de estas condiciones las que apremien a los grandes bancos a tener mayor responsabilidad a la hora de legitimar su posición.

La variable independiente "gobierno corporativo" que, consideramos aúna las cuestiones como la dimensión del consejo de administración y la remuneración de los órganos de gestión y de fiscalización, se presentó como factor determinante tanto en la divulgación del capital intelectual como en la de su componente capital relacional en los informes anuales y en la divulgación del capital humano en las páginas *Web*. Es interesante señalar la influencia de esta variable en la divulgación tanto del capital humano como del capital relacional. Respecto al capital humano, los bancos con normativa más rigurosa de gobierno corporativo divulgan mayor información de este componente en las páginas *Web*. De igual manera, estos bancos divulgan más información del capital relacional en los informes anuales. Paradójicamente, aquellos bancos donde las medidas de gobierno corporativo no se presentan tan rigurosas, la información divulgada es menor en lo que respecta al capital humano en las páginas *Web* y en lo referido al capital relacional en los informes anuales. De esta manera, se confirma la existencia de una mayor transparencia en la divulgación voluntaria, motivada por las medidas de gobierno corporativo, debido a la existencia de reglas de monitorización, fruto de los principios formulados por la teoría de la agencia.

En cuanto a las variables económicas y financieras que son específicas del sector bancario, ninguna resultó ser factor relevante de esta divulgación en el análisis multivariante que hemos realizado. Sin embargo, es importante señalar que los resultados del análisis de la asociación de las variables independientes entre sí, sugieren que los bancos con menor rentabilidad y menor solvencia son los que divulgan más información voluntaria sobre el capital intelectual.

La asociación de la variable "eficiencia operativa" con la divulgación de capital intelectual, muestra que los bancos más eficientes son los que divulgan más información voluntaria del capital intelectual. Procuramos justificar los resultados obtenidos sobre la influencia de las variables económicas y financieras través de los datos proporcionados por la tabla de correlación entre las variables explicativas, la cual nos ha permitido confirmar la asociación

negativa, moderada y estadísticamente significativa de la variable “solvencia” con la variable “dimensión del banco”, lo que confirma la fragilidad y la menor solidez financiera de los mayores bancos.

También la correlación negativa, moderada y estadísticamente significativa existente entre las variables explicativas “rentabilidad” y “eficiencia”, ratifica la alegación de que estas dos variables están asociadas al análisis del desempeño de las organizaciones. El signo negativo en la asociación de la rentabilidad y de la asociación de la eficiencia con el tamaño del banco confirma, sin embargo, que son los mayores bancos los que presentan menores índices de rentabilidad y mayor indicador de eficiencia operacional. Como ninguna de estas variables se ha presentado estadísticamente significativa en asociación con el tamaño de los bancos, podemos concluir que existen disparidades acentuadas en términos de rentabilidad y eficiencia en las entidades de crédito en Portugal. Con respecto a la solvencia, los datos obtenidos confirmaron que los mayores bancos no son los que pueden asegurar el capital de mejor calidad en términos de disponibilidad y capacidad de absorción por pérdidas, siendo, por lo tanto, más vulnerables a los riesgos asociados en sus actividades, es decir, al riesgo operacional, al riesgo de mercado y al riesgo de crédito.

Consideramos pertinente, en el contexto de este estudio, señalar la poca uniformidad de los informes anuales presentados por los bancos analizados. Mientras que algunos bancos tienen un conjunto de informes muy detallados e incisivos, concretamente, el informe de sostenibilidad y el informe de gobierno corporativo, esencialmente por las normas a las que están sometidos bajo el CVM y de la CMVM, otros bancos tienen sólo el informe de gestión con una divulgación de información mínima relacionada con el capital intelectual. Esta situación limita las conclusiones que se pueden extraer al existir una mayor cantidad de información divulgada por los bancos que tienen informes de sostenibilidad y del gobierno corporativo de la cantidad de información divulgada por los bancos que no tienen esos informes.

Otra limitación que encontramos en el análisis realizado a estos documentos es la circunstancia de que no se han identificado los informes en los que la información fue divulgada. Una identificación clara del informe donde dicha información apareciera, así como un mayor detalle de la ubicación en los propios informes, podría haber enriquecido el análisis. Sin embargo, dada la mencionada discrepancia existente entre los informes de los bancos analizados, ese análisis podría no ser concluyente. Destacamos que la realización de un análisis exclusivamente cuantitativo, que no ha considerado datos para evaluar la naturaleza cualitativa de la divulgación, se revela también una limitación de esta investigación.

Destacamos también que el análisis de esta singular industria requiere la construcción de un índice de divulgación muy específico y poco reproducible, siendo necesarias varias adaptaciones para que el mismo pudiera ser aplicable a otros sectores e incluso en el sector de

servicios financieros. En este sentido, es importante señalar como restricción a nuestra investigación que el análisis a la población de determinada industria limita la generalización de las conclusiones, las cuales sólo pueden ser interpretadas por el sector estudiado. Advertimos que el análisis de sólo un año a los informes en el estudio de divulgación de información voluntaria del capital intelectual, puede limitar las conclusiones obtenidas por considerarse un único punto en el tiempo.

Relevamos aún como limitaciones al estudio de la divulgación de la información voluntaria realizada, que si bien el índice de divulgación que construimos para este análisis esta basado en modelos que se contemplaron en estudios empíricos anteriores, que el modelo *Intellectus* ya ha sido aplicado para la valoración del capital intelectual en la banca española y, que antes de la realización de este estudio fueron realizadas pruebas piloto con el mismo índice, el diálogo con profesionales e investigadores sobre la construcción del índice de divulgación hubiera podido enriquecer el estudio.

Como ya indicamos, en la investigación empírica hemos adoptado, como metodología de investigación, el análisis de contenido. De esta metodología de análisis destacamos como limitación la subjetividad que tiene la propia construcción del índice de divulgación. La demanda de un mayor detalle en la elaboración de los indicadores o atributos de divulgación, además de superar la limitación de la subjetividad en su interpretación, refleja la amplitud de lo que es relevante en este sector en términos de capital intelectual. Sin embargo, se han tomado decisiones subjetivas, particularmente si ciertos indicadores pertenecen a un determinado componente, elemento y variable, así como si cierta información responde a más de un indicador de la divulgación. Como solución para dotar de estabilidad y para mitigar la subjetividad y ambigüedad del estudio, hemos realizado la lectura de los informes con un intervalo de tiempo de un mes, siendo la segunda lectura la que nos permitió realizar un análisis más riguroso y comparativo acerca de los *itens* sobre los cuales existían dudas.

El análisis de contenido es también un análisis estático que no contempla motivaciones o factores humanos que podrían condicionar o incentivar la divulgación. No contempla, tampoco, opiniones acerca de lo que es considerado más relevante en la divulgación voluntaria sobre el capital intelectual, pudiendo mostrarse pertinente la realización de cuestionarios para aquellos que elaboran los informes anuales y para los usuarios, con la pretensión de cubrir otra perspectiva del análisis, así como, contribuir, significativamente, a la ratificación de la teoría de la legitimidad (Steenkamp, 2007). La preparación de estos cuestionarios, a algunos de los principales *stakeholders*, podría ayudar a evaluar la percepción de la mayor importancia dada a cada uno de los componentes del capital intelectual, permitiendo lograr una mayor asunción acerca de las estrategias de las organizaciones en divulgar más información contenida en los atributos del capital intelectual.

Independientemente de las particularidades que caraterizam este sector, la divulgación voluntaria del capital intelectual realizada por los bancos en Portugal sigue las tendencias de otros sectores y las prácticas adoptadas en otros países, especialmente en lo referido a la extensión de la información divulgada, a la incidencia de la divulgación sobre los indicadores del capital relacional y la importancia de la variable "tamaño" como determinante de la divulgación del capital intelectual.

Consideramos importante mencionar algunas de las principales contribuciones de ésta investigación al conocimiento y a la práctica organizacional.

La construcción de un índice específico para el sector bancario, la consideración de indicadores apropiados a un análisis más profundo e incisivo, y al mismo tiempo, amplio en el sentido de considerar los atributos más relevantes de los componentes de capital intelectual, dota a esta investigación de caráter innovador y contributivo al conocimiento.

Creemos también que los resultados de esta investigación pueden ser un incentivo para que los bancos divulguen en sus informes más información sobre su capital intelectual. Este incentivo deberá estar impulsado por el BdP , como entidad emisora superior de reglamentación del sector bancario, para que la misma ejerza influencia sobre los bancos, evitando que éstos cumplan sólo los requisitos establecidos en la normativa contable, en las normas de presentación de información de gestión, de responsabilidad social corporativa y lo de informes de gobierno corporativo, entre otros.

La no existencia de un informe de capital intelectual contribuye a la existencia de diferentes niveles de divulgación en esta área. Dado que son los bancos de grandes dimensiones los que ofrecen informes más completos, consecuencia del cumplimiento de su responsabilidad social y ambiental, la divulgación que realizan es significativamente mayor, mientras que otras entidades bancarias sólo divulgan a través de los informes de gestión y exhiben, en la mayoría de veces, una información divulgada mínima.

Creemos, por tanto, que debe desarrollarse un marco coherente para la divulgación del capital intelectual para este sector, siendo el BdP quien debe ejercer el papel principal en esa recomendación a través de la emisión de un "Aviso" o una "Instrução" que regule lo que debe divulgarse y cómo hacerlo.

Tenemos la convicción de que la existencia de un informe armonizado de divulgación voluntaria de capital intelectual puede favorecer una mayor transparencia, una mayor confianza y una mayor reputación de los bancos, ya que la información recogida en el informe de capital intelectual debe reunir estas características, más aún cuando se trata del sector más visible, económica y financieramente relevante y políticamente sensible. De esta manera, tenemos la intención de contribuir al incremento de transparencia y a un rigor en la divulgación en este

sector, centro de atención de muchos *stakeholders*, pudiendo además, esta iniciativa, fomentar la aplicabilidad a otros sectores, incluso aquellos que son menos intensivos en capital intelectual, evitando que la divulgación de la información voluntaria del mismo atienda más a los intereses de las entidades que al objetivo de dotarlas de mayor consistencia, transparencia y comparabilidad.

Opinamos que este trabajo puede constituirse una contribución a los estudios de esta materia en sectores intensivos en conocimiento tales como el sector bancario. En la revisión bibliográfica que desarrollamos no encontramos ninguna investigación en la que se haya realizado un análisis simultáneo sobre la divulgación desde el punto de vista normativo contable de los activos intangibles y la divulgación voluntaria de capital intelectual, aplicada en un sector intensivo en conocimiento. Este análisis pretende, por eso, contribuir a incrementar la literatura existente de las políticas de divulgación de capital intelectual en Portugal.

Por último señalar que las conclusiones y contribuciones así como las limitaciones reconocidas pueden ser consideradas como punto de partida para futuras investigaciones.

Considerando esta investigación como un análisis exploratorio sobre la comprensión de las prácticas de divulgación del capital intelectual en el sector bancario, se hace necesaria la realización de un análisis que evalúe la naturaleza cualitativa de divulgación de información de capital intelectual. Así, mediante el examen de una unidad de medida cualitativa que contemple índices ponderados, que profundicen cuestiones referidas al foco, a la intensidad y a la diversidad, permitiría un estudio más profundo de este sector en Portugal.

También la complementariedad del análisis realizado con otras unidades de análisis podría ser relevante. La realización de entrevistas, de encuestas o de estudios de caso podría ayudar, de igual manera, a evaluar las motivaciones por las cuales se divulga voluntariamente el capital intelectual. Así mismo creemos que la adaptación del índice construido para un estudio de la valoración cuantitativa del capital intelectual y, simultáneamente, su divulgación, es una de las ambiciones que consideramos pertinentes en el contexto de un análisis conjunto de la cuantificación de la información y de su divulgación, ya que el mismo permitiría determinar la discrepancia existente entre el valor del capital intelectual y la divulgación que sobre él se realiza. Estimamos que esta cuantificación podría ofrecer un volumen elevado, lo que nos permitiría poner de manifiesto la importancia del capital intelectual en las organizaciones. Paradójicamente, creemos que su divulgación puede ser comparativamente inferior, constituyéndose una interesante una línea de investigación futura la determinación de aquellas causas que conducen a las empresas a no realizar la mencionada divulgación.

De igual modo creemos que es importante que el índice de divulgación construido sea aplicado al mismo sector en diferentes países. Un análisis de este tipo permitiría conocer la realidad de

este sector específico a nivel ibérico, europeo e incluso permitiría una comparación entre continentes. Hay que tener en cuenta que además de factores económicos, se deberán considerar otros factores que pueden determinar esa divulgación, concretamente los de tipo cultural, político y/o social.

Dado que los factores económicos y financieros considerados en esta investigación no fueron influentes en la divulgación voluntaria del capital intelectual, consideramos que una línea de investigación futura interesante sería aquella que permitiera determinar si la divulgación voluntaria del capital intelectual tiene una influencia positiva en los factores económicos y financieros, confirmando de esta manera que el capital intelectual es una fuente de creación de valor de la empresa.

Ante la posibilidad de la evolución en la extensión de la divulgación del capital intelectual y la cada vez mayor importancia del tema, un análisis longitudinal de su divulgación en los informes anuales que permita conocer esas prácticas de divulgación del capital intelectual en un período de tiempo amplio, puede ser también una propuesta para líneas de investigación futuras. En este análisis deberán también analizarse otros factores como posibles determinantes de esa divulgación, esencialmente factores políticos y sociales.

Creemos que, tal como reconoce Mention (2011), los efectos de la grave crisis financiera (también considerada como económica y social) pueden producir resultados diferentes en futuras investigaciones, dada la exigencia de mayor transparencia para que se restablezca la confianza del sistema financiero internacional. Por lo que sugerimos, para futuras investigaciones, la aplicación de nuestro índice de divulgación a un análisis que cubra los próximos años, lo que permitiría pronunciarse acerca de las consecuencias que ha tenido la crisis actual sobre la divulgación del capital intelectual.

Creemos que en el ámbito del capital intelectual, la comunidad científica deberá proseguir con las investigaciones, a fin de que sea asumido, como imperativo, la existencia de un modelo consistente y armonizado de informe de capital intelectual, para que las organizaciones del tercer milenio puedan mostrar los recursos que constituyen sus factores competitivos por excelencia. Sin embargo, esta es una cuestión que se ofrece como un camino largo y sinuoso.

APÊNDICES

Apêndice I – Abordagem metodológica, unidade de análise, unidade de medida, natureza da divulgação e teorias aplicadas nos estudos de divulgação de capital intelectual

Autores	Abordagem metodológica	Unidade de análise	Unidade de medida	Natureza da divulgação	Principal(ais) teoria(s) / perspetiva(s) aplicada(s)
Entwistle (1999)	Análise conteúdo Entrevistas	Relatórios anuais	Índice de frequência de divulgação (frases)	Qualitativa/ quantitativa	Teoria dos custos de propriedade
Guthrie *et al.* (1999)	Análise conteúdo Entrevistas	Relatórios anuais	Índice de frequência de divulgação (atributos CI)	Qualitativa/ quantitativa	Teoria da legitimidade Teoria dos *stakeholders*
Guthrie e Petty (2000)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de frequência de divulgação (atributos CI)	Qualitativa/ quantitativa	Teoria da legitimidade Teoria dos *stakeholders*
Brennan (2001)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de frequência de divulgação (atributos CI)	Qualitativa	
Williams (2001)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de presença de divulgação (palavras)	Quantitativa	Teoria da agência Teoria dos custos políticos Teoria dos custos de propriedade
Gandía (2002)	Análise conteúdo	*Website*	Índices de presença de divulgação	Qualitativa Quantitativa	
Bontis (2003)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de frequência de divulgação (termos)	Qualitativa	Teoria da sinalização
April *et al.* (2003)	Análise conteúdo Entrevistas	Relatórios anuais	Índice de frequência de divulgação (atributos CI)	Qualitativa/ quantitativa	
Bozzolan *et al.* (2003)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de frequência de divulgação (frases)	Qualitativa quantitativa	Teoria da agência Teoria dos *stakeholders* Teoria da sinalização
Gandía (2003)	Análise conteúdo	*Website*	Índices de presença de divulgação	Qualitativa	Teoria da agência Teoria da sinalização Teoria dos custos propriedade Teoria dos custos políticos
Gómez Rodríguez (2003)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de presença de divulgação	Quantitativa	Teoria da agência
Goh e Lim (2004)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de presença de divulgação (atributo)	Qualitativa quantitativa	
Abeysekera e Guthrie (2005)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de frequência de divulgação (frases)	Qualitativa/ quantitativa	Economia política da teoria da contabilidade
Shareef e Davey (2005)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de presença de divulgação	Qualitativa/ quantitativa	

Autores	Abordagem metodológica	Unidade de análise	Unidade de medida	Natureza da divulgação	Principal(ais) teoria(s) / perspetiva(s) aplicada(s)
Wong e Gardner (2005)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de frequência de divulgação (frases).	Qualitativa/ quantitativa	
Vandemaele *et al.* (2005)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de frequência de divulgação (frases)	Qualitativa/ quantitativa	
Vergauwen e van Alem (2005)	Análise conteúdo	Relatórios anuais demonstrações financeiras	Índice de frequência de divulgação (termos)	Qualitativa	Teoria da sinalização
Bukh *et al.* (2005)	Análise conteúdo	Prospetos de IPO	Índice de presença de divulgação (atributo)	Quantitativa	Teoria dos custos propriedade
García-Meca e Martínez (2005)	Análise conteúdo	Relatórios analistas financeiros	Índices de presença de divulgação	Qualitativa/ quantitativa	Teoria da agência Teoria da sinalização Teoria dos custos propriedade
García-Meca *et al.* (2005)	Análise conteúdo	Relatórios analistas financeiros	Índice de presença de divulgação	Quantitativa	Teoria da agência; Teoria da sinalização
Monclús Guitart *et al.* (2005)	Análise conteúdo	Relatórios económicos e financeiros	Índice de presença de divulgação	Qualitativa/ quantitativa	
Abdolmohammadi (2005)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de presença de divulgação (palavras)	Qualitativa/ quantitativa	
García-Meca (2005)	Análise conteúdo	Relatórios analistas financeiros	Índice de presença de divulgação	Quantitativa	Teoria da sinalização
Firer e Williams (2005)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de presença de divulgação	Qualitativa quantitativa	Teoria da agência Teoria dos *stakeholders*
Zhang (2005)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de presença de divulgação	Qualitativa/ quantitativa	Teoria da agência Teoria dos *stakeholders* Teoria da legitimidade
Bozzolan *et al.* (2006)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de frequência de divulgação (frases)	Qualitativa/ quantitativa	Teoria da sinalização Teoria dos custos políticos Teoria dos custos de propriedade
Flöstrand (2006)	Análise conteúdo	Relatórios de analistas	Índice de frequência de divulgação	Qualitativa	

Autores	Abordagem metodológica	Unidade de análise	Unidade de medida	Natureza da divulgação	Principal(ais) teoria(s) / perspetiva(s) aplicada(s)
Cuganesan (2006)	Análise conteúdo	Relatórios anuais (informação não financeira)	Índice de presença de divulgação (indicadores)	Quantitativa	Teoria dos *stakeholders*
Li *et al*. (2006)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de presença e índice de frequência de divulgação	Qualitativa quantitativa	Teoria da sinalização *Resources-based view theory*
Guthrie *et al.* (2006)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice frequência de divulgação (atributos)	Qualitativa quantitativa	Teoria da legitimidade Teoria dos *stakeholders*
Oliveira, *et al*. (2006)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de presença de divulgação (atributo)	Qualitativa quantitativa	Teoria da agência Teoria da legitimidade Teoria da sinalização Teoria dos custos políticos Teoria dos custos de propriedade
Lee *et al.* (2007)	Análise conteúdo	*Websites*	Índice de presença de divulgação	Qualitativa/ quantitativa	Teoria dos *stakeholders*
Cerbioni e Parbonetti (2007)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de presença de divulgação	Qualitativa quantitativa	Teoria da agência
Li *et al*. (2007)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de presença e índice de frequência de divulgação	Qualitativa quantitativa	Agência; dependência dos recursos; *stakeholders*; legitimidade; sinalização
Cordazzo (2007)	Análise conteúdo	Prospetos de IPO	Índices de presença de divulgação *(itens*)	Qualitativa quantitativa	
Dielis (2007)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de presença de divulgação	Qualitativa quantitativa	Teoria da legitimidade Teoria da sinalização Teoria dos *stakeholders*
Pedrini (2007)	Análise conteúdo	GRI - Relatório de sustentabilidade	Índice de presença de divulgação	Qualitativa	Teoria dos *stakeholders*
White *et al.* (2007)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de presença de divulgação (*itens*)	Quantitativa	Teoria da agência
Vergauwen *et al*. (2007)	Análise conteúdo	Relatórios anuais demonstrações financeiras	Índice de frequência de divulgação (palavras)	Qualitativa	
Abeysekera (2007)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de frequência de divulgação (atributo)	Qualitativa	Teoria da agência Teoria dos custos políticos
Beattie e Thomson (2007)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de frequência de divulgação (frases enquadradas numa unidade de texto)	Qualitativa	

Autores	Abordagem metodológica	Unidade de análise	Unidade de medida	Natureza da divulgação	Principal(ais) teoria(s) / perspetiva(s) aplicada(s)
Singh e Van der Zahn (2007)	Análise conteúdo	Prospetos de IPO	Índice de presença de divulgação	Quantitativa	Teoria da sinalização
García-Meca e Martínez (2007)	Análise conteúdo	Relatório analistas financeiros	Índice de presença de divulgação (*itens*)	Quantitativa	Teoria da agência Teoria da sinalização
Kristandl e Bontis (2007)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índices de presença de divulgação	Qualitativa/ quantitativa	Teoria da sinalização Teoria dos custos de propriedade
Sujan e Abeysekera (2007)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de frequência de divulgação (termos)		*Media agenda-setting theory* Teoria da sinalização
Steenkamp (2007)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de frequência de divulgação (frases, figuras, etc.)	Qualitativa quantitativa	Teoria da legitimidade
Gan *et al. (*2008)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de presença de divulgação	Qualitativa quantitativa	Teoria da agência Teoria institucional
Ax e Marton (2008)	Análise conteúdo Questionário	Relatórios anuais	Índice de frequência de divulgação (palavras, frases, tabelas e gráficos)	Quantitativa	Perspetiva utilidade-decisão
Ferreira (2008)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de presença de divulgação	Quantitativa	
Schneider e Samkin (2008)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de presença de divulgação (frases)	Qualitativa quantitativa	Teoria dos *stakeholders*
Xiao (2008)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de presença de divulgação	Qualitativa quantitativa	
Striukova *et al.* (2008)	Análise conteúdo Entrevistas	Relatórios anuais *Websites* Outros	Índice de frequência de divulgação (frases)	Quantitativa	Teoria dos *stakeholders*
Gerpott *et al.* (2008)	Análise conteúdo	Relatórios anuais *Website*	Índice de presença de divulgação (frases)	Qualitativa quantitativa	
Sonnier (2008)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de frequência de divulgação (palavras)	Quantitativa	*Resources-based view theory*
Oliveras *et al*. (2008)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de frequência de divulgação (palavras)	Qualitativa	
Kamath (2008)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de frequência de divulgação (termos)	Quantitativa	Teoria dos *stakeholders*

Autores	Abordagem metodológica	Unidade de análise	Unidade de medida	Natureza da divulgação	Principal(ais) teoria(s) / perspetiva(s) aplicada(s)
Abeysekera (2008a)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de frequência de divulgação (termos)	Qualitativa quantitativa	
Singh e Van der Zahn (2008)	Análise conteúdo	Prospetos de IPO	Índice de presença de divulgação	Quantitativa	Teoria da sinalização
Li *et al*. (2008)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de frequência de divulgação (palavras)	Qualitativa quantitativa	Teoria da agência
Whiting e Miller (2008)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de frequência de divulgação (frases)	Qualitativa	Teoria da legitimidade Teoria dos *stakeholders* Teoria da sinalização
Guthrie *et al*. (2008)	Análise conteúdo	Relatórios anuais Páginas *Web*	Índice de frequência de divulgação (*itens*)	Qualitativa	
Orens *et al.* (2009)	Análise conteúdo	*Website*	Índice de presença de divulgação	Qualitativa quantitativa	Teoria da sinalização Teoria da agência
Davey *et al.* (2009)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de frequência de divulgação (frases)	Qualitativa/ quantitativa	
Singh e Van der Zahn (2009)	Análise conteúdo	Prospetos de IPO	Índice de presença de divulgação	Quantitativa	Teoria da agência Teoria da sinalização
Rimmel *et al.* (2009)	Análise conteúdo	Prospetos de IPO	Índice de presença de divulgação	Quantitativa	
Sonnier *et al.* (2009)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de frequência de divulgação (palavras)	Qualitativa	Teoria da sinalização
Cormier *et al.* (2009)	Análise conteúdo	*Website*	Volatilidade do preço ações e Q Tobin	Qualitativa quantitativa	Teoria da sinalização
Sousa (2009)	Análise conteúdo	Relatórios anuais e páginas *Web*	Índice de presença de divulgação	Quantitativa	Teoria da legitimidade Teoria dos *stakeholders*
Brüggen *et al.* (2009)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de frequência de divulgação (palavras)	Qualitativa	Teoria da sinalização
Woodcock e Whiting (2009)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de presença de divulgação	Qualitativa quantitativa	Teoria da agência Teoria da sinalização Teoria legitimidade

Autores	Abordagem metodológica	Unidade de análise	Unidade de medida	Natureza da divulgação	Principal(ais) teoria(s) / perspetiva(s) aplicada(s)
Guthrie *et al.* (2009)	Análise conteúdo	Relatórios anuais Relatórios de Capital Intelectual	Índice de frequência de divulgação (frases)	Qualitativa	Teoria dos *stakeholders*
Yau *el al.* (2009)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de frequência de divulgação (frases)	Qualitativa Quantitativa	Teoria dos *stakeholders* Teoria da institucional Teoria da sinalização
Quinteiro (2009)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de presença de divulgação	Quantitativa	
White *el al.* (2010)	Análise conteúdo	Relatórios anuais e demonstrações financeiras	Índice de presença de divulgação	Quantitativa	Teoria dos *stakeholders*, teoria da agência e teoria positiva da contabilidade
Campbell e Rahman (2010)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de frequência de divulgação (Palavras)	Qualitativa	Teoria da legitimidade
Yi e Davey (2010)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de presença de divulgação	Qualitativa quantitativa	
Bezhani (2010)	Análise conteúdo Questionário	Relatórios anuais	Índice de frequência de divulgação (nº de incidências)	Qualitativa quantitativa	
Lee e Guthrie (2010)	Análise conteúdo	Relatórios de analistas	Índice de presença de divulgação	Qualitativa quantitativa	
Chander e Mehra (2010)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de presença de divulgação	Qualitativa quantitativa	
Abeysekera (2010)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índices de presença de divulgação	Quantitativa	Teoria da dependência dos recursos
Khan e Ali (2010)	Análise conteúdo Questionário	Relatórios anuais	Índice de frequência de divulgação (palavras)	Qualitativa quantitativa	Teoria da legitimidade Teoria dos *stakeholders*
Lee (2010)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de frequência de divulgação (termos)	Qualitativa	
Huang *et al.* (2010)	Análise conteúdo Entrevistas	Relatórios anuais	Índice de frequência de divulgação (frases)	Qualitativa quantitativa	Teoria da agência Teoria dos *stakeholders* Teoria da legitimidade T. dependência dos recursos
Dammak *el al.* (2010)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de frequência de divulgação (palavras)	Qualitativa	Teoria dos *stakeholders* Teoria da legitimidade

Autores	Abordagem metodológica	Unidade de análise	Unidade de medida	Natureza da divulgação	Principal(ais) teoria(s) / perspetiva(s) aplicada(s)
Oliveira *et al.* (2010a)	Análise conteúdo	Relatórios de sustentabilidade	Índice de presença de divulgação	Quantitativa	Teoria da legitimidade Teoria dos *stakeholders*
See e Rashid (2011)	Análise conteúdo	Prospetos IPO	Índice de presença de divulgação (*itens*)	Qualitativa Quantitativa	
Lee e Whiting (2011)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de presença e de frequência de divulgação	Qualitativa quantitativa	
Vafaei *et al.* (2011)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de frequência de divulgação (palavras)	Qualitativa quantitativa	Perspetiva *broad-based business reporting*
Whiting e Woodcock (2011)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de presença de divulgação	Quantitativa	Teoria dos *stakeholders* Teoria da legitimidade *Media agenda-setting theory*
Anam *et al.* (2011)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de presença de divulgação	Quantitativa	Teoria da dependência dos recursos Teoria da sinalização
Mention (2011)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de frequência de divulgação	Qualitativa Quantitativa	
Yusoff e Lim (2011)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de frequência de divulgação	Qualitativa	
Abeysekera (2011)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de frequência de divulgação (narrativa, visual e numérica)	Qualitativa quantitativa	
Singh e Kansal (2011)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de presença de divulgação	Qualitativa quantitativa	
Hsu e Chang (2011)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de presença de divulgação	Quantitativa	
Abhayawansa (2011)	Análise conteúdo	Relatórios de analistas	Índice de frequência de divulgação (unidades de texto)	Qualitativa	
Kang e Gray (2011)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de frequência de divulgação	Qualitativa Quantitativa	
An *at al.* (2011)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de frequência de divulgação (*itens*)	Qualitativa Quantitativa	
Branco *et al*. (2011)	Análise conteúdo	Relatórios anuais Páginas *Web*	Índice de presença de divulgação	Quantitativa	Teoria dos *stakeholders*

Autores	Abordagem metodológica	Unidade de análise	Unidade de medida	Natureza da divulgação	Principal(ais) teoria(s) / perspetiva(s) aplicada(s)
Hidalgo *et al.* (2011)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de presença de divulgação	Quantitativa	Teoria da agência
Taliyang e Jusop, 2011	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de frequência de divulgação (termos)	Qualitativa	Teoria da agência
Husin *et al.* (2011)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de presença de divulgação	Quantitativa Qualitativa	
Bhasin (2011)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de frequência de divulgação (termos)	Qualitativa	
Branswijck e Everaert (2012)	Análise conteúdo	Prospetos IPO Relatórios anuais	Índice de presença de divulgação	Quantitativa Qualitativa	Teoria dos *stakeholders*
Rashid *et al*. (2012)	Análise conteúdo	Prospetos IPO	Índice de presença de divulgação	Quantitativa	Teoria da agência Teoria da sinalização
Husin *et al*. (2012)	Análise conteúdo	Relatórios anuais	Índice de presença e de frequência de divulgação	Quantitativa Qualitativa	

Fonte: elaboração própria.

Apêndice II - Determinantes da divulgação do capital intelectual

Autor	Determinantes da divulgação de intangíveis / capital intelectual												Divulgação dos componentes de capital intelectual
	Dimensão	Rendibilidade	Setor/ indústria / tecnologia / intensidade conhecimento	Intensidade intangíveis	Diversidade intangíveis	Concentração capital/propriedade	internacionalização	Propriedade (1)Privado / (2)público	Tamanho conselho administração	Outras variáveis de governo das sociedades	Idade/antiguidade	SIBA	
Guthrie *et al.* (1999)													CR CH CE
Guthrie e Petty (2000)													CR CE CH
Williams (2001)	**0**	**0**	+										
Brennan (2001)				**0**									CR CE CH
April *et al.* (2003)													CR CE CH
Bozzolan *et al.* (2003)	+		+										CR CE CH
Gandía (2003)	**0**			+									
Gómez Rodríguez (2003)	+	**0**											2001: CH CE CR; 2002: CE CH CR; 2003: CE CR CH
Goh e Lim (2004)													CR CE CH
Abeysekera e Guthrie (2005)													CR CH CE
Vandemaele *et al.* (2005)													CR CE CH
Bukh *et al.* (2005)	**0**		+								**0**		
García-Meca e Martínez (2005)	+	+	**0**										Quantitat.: CR CE; Qualitat.: CH
Abdolmohammadi (2005)			**0**										
García-Meca *et al.* (2005)	+	**0**	**0**										Quantitat.: CR CE; Qualitat.: CH
Zhang (2005)	+					–					**0**		CR CE CH

Autor	Determinantes da divulgação de intangíveis / capital intelectual												Divulgação dos componentes de capital intelectual
	Dimensão	Rendibilidade	Setor/ indústria / tecnologia / intensidade conhecimento	Intensidade intangíveis	Diversidade intangíveis	Concentração capital/propriedade	internacionalização	Propriedade (1)Privado / (2)público	Tamanho conselho administração	Outras variáveis de governo das sociedades	Idade/antiguidade	SIBA	
Shareef e Davey (2005)	+												CR CH CE
Wong e Gardner (2005)			**0**										CR CH CE
Monclús Guitart *et al*. (2005)		**0**		**0**									CH CR CE
Firer e Williams (2005)	+	–	**0**			+	**0**			–			
Flöstrand (2006)													CR CE CH
Li *et al*. (2006)	**0**												Vol. e foco: CE, CH, CR Variedade: CE, CR, CH
Bozzolan *et al.* (2006)	+	**0**	+										CR CE CH
Guthrie *et al*. (2006)	+												Austrália: CR, CE, CH Hong Kong: CR, CH, CE
Oliveira *et al.* (2006)	+	**0**	+			–	**0**						CR CE CH
Ollier (2006)					**0**								
Lee *et al.* (2007)								(1) +					CH CR CE
Cerbioni e Parbonetti (2007)	+	+							–	–			
Cordazzo (2007)	+		**0**								**0**		
White *et al.* (2007)	+					**0**					+		
Vergauwen *et al.* (2007)			+										CR CH CE

Autor	Determinantes da divulgação de intangíveis / capital intelectual												Divulgação dos componentes de capital intelectual
	Dimensão	Rendibilidade	Setor/ indústria / tecnologia / intensidade conhecimento	Intensidade intangíveis	Diversidade intangíveis	Concentração capital/propriedade	internacionalização	Propriedade (1)Privado / (2)público	Tamanho conselho administração	Outras variáveis de governo das sociedades	Idade/antiguidade	SIBA	
García-Meca e Martínez (2007)		+											CR CH CE
Sujan e Abeysekera (2007)			+										CR CE CH
Steenkamp (2007)													CH CR CE
Beattie e Thomson (2007)													CR CH CE
Singh e Van der Zahn (2007)												**0**	
Li *et al.* (2007)	+					–							
Abeysekera (2007)													CR CH CE
Schneider e Samkin (2008)	+												CE CR CH
Sonnier (2008)			+										
Oliveras *et al.* (2008)													CR CH CE
Kamath (2008)	**0**												
Gerpott *et al.* (2008)	+												Relatórios > qualidade: *Web*
Li *et al.* (2008)	+	**0**				–							CE CR CH
Whiting e Miller (2008)				+									CR CH CE
Striukova *et al.* (2008)	+		+										Relatórios: CR, CE, CH; *Web*: CR, CH, CE

Autor	Determinantes da divulgação de intangíveis / capital intelectual												Divulgação dos componentes de capital intelectual	
	Dimensão	Rendibilidade	Setor/ indústria / tecnologia / intensidade conhecimento	Intensidade intangíveis	Diversidade intangíveis	Concentração capital/propriedade	internacionalização	Propriedade (1)Privado / (2)público	Tamanho conselho administração	Outras variáveis de governo das sociedades	Idade/antiguidade	SIBA		
													Voluntária	Total
Xiao (2008)													CE CR CH	CH CE CR
Ferreira (2008)	+	**0**				**0**							CR CH CE	
Gan *et al.* (2008)	+	**0**				**0**			**0**				CE CH CR	
Guthrie *et al.* (2008)													CE CR CH	
Singh e Van der Zahn (2008)										+		**0**		
Orens *et al.* (2009)		–												
Singh e Van der Zahn (2009)	+		**0**									+		
Rimmel *et al.* (2009)	**0**		**0**								–			
Brüggen *et al.* (2009)	+												CE CH CR	
Sonnier *et al.* (2009)	**0**										–			
Yau *et al.* (2009)	+	**0**						**+(2)**					CE CR CH	
Cormier *et al.* (2009)	+	**0**							**0**			–		
Sousa (2009)	+		+										CH CR CE	
Quinteiro (2009)													CE CH CR	
Guthrie *et al.* (2009)													Rel.anuais CE CR CH	Rel.CI CE CR CH

	Determinantes da divulgação de intangíveis / capital intelectual												
Autor	Dimensão	Rendibilidade	Setor/ indústria / tecnologia / intensidade conhecimento	Intensidade intangíveis	Diversidade intangíveis	Concentração capital/propriedade	internacionalização	Propriedade (1)Privado / (2)público	Tamanho conselho administração	Outras variáveis de governo das sociedades	Idade/antiguidade	SIBA	Divulgação dos componentes de capital intelectual
Davey *et al.* (2009)													CR CE CH
Woodcock e Whiting (2009)			+			**0**							CR CE CH
Yi e Davey (2010)													Quantitat.: CR, CE, CH / Qualitat.: CH, CR, CE
White *et al.* (2010)	+												
Campbell e Rahman (2010)													CR CH CE
Ollier *et al.* (2010)				+									
Bezhani (2010)													CR CH CE
Chander e Mehra (2010)													CH CR CE
Abeysekera (2010)	+								+				
Khan e Ali (2010)													CH CR CE
Costa (2010)	+	+											
Oliveira *et al.* (2010a)	**0**		**0**										
Singh e Kansal (2011)													CR CH CE
Vafaei *et al.* (2011)			+										CE CH CR
Whiting e Woodcock (2011)			+			**0**							CR CE CH

Autor	Determinantes da divulgação de intangíveis / capital intelectual												Divulgação dos componentes de capital intelectual	
	Dimensão	Rendibilidade	Setor/ indústria / tecnologia / intensidade conhecimento	Intensidade intangíveis	Diversidade intangíveis	Concentração capital/propriedade	internacionalização	Propriedade (1)Privado / (2)público	Tamanho conselho administração	Outras variáveis de governo das sociedades	Idade/antiguidade	SIBA	Relatórios	*Web*
Branco *et al.* (2011)	+		+										CH CR CE	CR CH CE
See e Rashid (2011)	**0**								–		**0**			
Abeysekera (2011)	**0**													
Mention (2011)													CR CH CE	
An *et al.* (2011)	+	**0**	**0**										CR CE CH	
Abhayawansa (2011)													CR CE CH	
Kang e Gray (2011)	**0**													
Hidalgo *et al.* (2011)	+	**0**				**0**			**+ (≤15)** **– (>15)**					
Taliyang e Jusop (2011)										+ **0**			CE CR CH	
Branswijck e Everaert (2012)	+		–								**0**			
Rashid *et al.* (2012)	**0**								**0**	**0**	–			
Husin *et al.* (2012)													CR CH CE	

+ Associação positiva e significativa encontrada entre a divulgação de capital intelectual e a variável independente considerada
– Associação negativa e significativa encontrada entre a divulgação de capital intelectual e a variável independente considerada
0 Não foi encontrada associação significativa entre a divulgação de capital intelectual e a variável independente considerada

Fonte: elaboração própria.

Apêndice III – Revisão de estudos relevantes na divulgação do capital intelectual

Autor	Objetivo	Metodologia e amostra	Principais conclusões
Entwistle (1999)	Analisar a quantidade e qualidade de divulgação de informação de I&D nos relatórios anuais de organizações no Canadá.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais de 113 organizações cotadas na bolsa de Toronto analisadas em 4 setores. Entrevistas a analistas e executivos.	Os gastos em I&D no ano corrente e a cotação em mercado bolsista influenciam a divulgação de informação de I&D. A dimensão da organização, a sua estrutura de capital e as suas políticas contabilísticas em despesas de desenvolvimento não apresentam uma associação significativa com a divulgação de informação de I&D. Empresas de biotecnologia/farmacêutica divulgam mais acerca de I&D, seguido de empresas de *software,* de *hardware* e de setores tradicionais.
Guthrie *et al*. (1999)	Análise empírica às práticas de relato do capital intelectual nos relatórios anuais de organizações australianas.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais de 20 grandes organizações na Austrália. 24 atributos de capital intelectual, baseado em Sveiby (1997). Entrevistas.	Há uma grande consciência da importância do capital intelectual, no entanto, há falta de uma abordagem concetual homogénea no relato do capital intelectual. O Relatório de gestão não reflete o ativo que mais contribui para a criação de valor das organizações. O setor dos serviços financeiros apresenta sinais de ser o primeiro a adotar um relato de CI de forma generalizada. Maior divulgação em termos qualitativos e não quantitativos (numéricos). O capital externo apresenta-se com maior nível de divulgação (40%), seguido por capital interno e capital humano (ambos com 30%). Os *itens* mais divulgados são clientes (CR), seguido de gestão de processos (CE) e colaborações de negócios (CR).
Guthrie e Petty (2000)	Analisar a extensão e o tipo de divulgação voluntária do capital intelectual e verificar de que forma as organizações australianas responderam ao desafio de emissão de relatórios do capital intelectual.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais das 20 maiores organizações australianas de 6 indústrias. 24 *itens* de capital intelectual em 3 categorias: capital interno, capital externo e competências dos empregados, baseado em Sveiby (1997).	Falta de um quadro consistente e de uma atitude pró-ativa na divulgação do capital intelectual. A informação divulgada é essencialmente narrativa. A média de atributos divulgados é de 8,9 (num intervalo mínimo de 2 e máximo de 17). O capital relacional é o mais divulgado (40%), seguido do capital estrutural e capital humano, ambos com 30%. O *item* mais divulgado é acerca de clientes (CR), seguido de gestão de processos (CE) e colaborações de negócios (CR).
Brennan (2001)	Análise à extensão de divulgação do capital intelectual nos relatórios anuais de 11 organizações intensivas em conhecimento, cotadas na bolsa da Irlanda.	Análise de conteúdo a 11 relatórios anuais. Metodologia baseada Guthrie *et al*. (1999).	Os ativos intangíveis representam uma parte significativa do valor de 9 das 11 empresas analisadas, no entanto, há uma baixa divulgação do capital intelectual e quando é divulgado é essencialmente em termos qualitativos. Não é encontrada relação entre maior *hidden value* e divulgação do capital intelectual. O capital externo é o mais divulgado (40%), seguido do capital interno e do capital humano (30%). Os *itens* mais divulgados são: clientes e colaborações de negócios (CR).

Autor	Objetivo	Metodologia e amostra	Principais conclusões
Williams (2001)	Análise longitudinal às práticas de divulgação do capital intelectual nos relatórios anuais de 31 organizações cotadas de 1996-2000. Análise à relação entre desempenho do capital intelectual e a extensão da sua divulgação.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais de 31 organizações cotadas na bolsa do Reino Unido nos anos 1996-2000. Método VAIC™ para medir o desempenho.	A divulgação do capital intelectual nos relatórios anuais aumentaram entre 1996 e 2000. Não foi confirmada uma associação entre o desempenho do capital intelectual e a quantidade da sua divulgação, sugerindo os resultados que a quantidade de divulgação do capital intelectual é menor quando o desempenho do capital intelectual é maior. Alavancagem, a indústria (quantidade de I&D) e cotação em bolsa têm influência na quantidade de divulgação do capital intelectual. Não foi encontrada associação entre a dimensão da organização e a divulgação do CI.
Gandía (2002)	Determinar em que medida e de que maneira as organizações utilizam a *internet* como meio de informar acerca do seu investimento em intangíveis. Análise da quantidade e qualidade da informação que divulgam nas páginas *Web*.	Análise de conteúdo às 100 páginas *Web* das entidades que integram o índice Standard & Poor´s GLOBAL 100, pertencentes a 16 países de 9 setores. Índice de divulgação baseado em Lev (2000) e no modelo *Navigator* de Skandia.	Há uma grande diferença na qualidade de divulgação de informação de intangíveis das empresas analisadas. Grande heterogeneidade existente no âmbito da divulgação de intangíveis na *internet*. Maior divulgação em organizações europeias relativamente às norte-americanas.
Bontis (2003)	Analisar a extensão de divulgação do capital intelectual nos relatórios anuais de 10.000 organizações canadianas.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais de 10.000 organizações canadianas. 38 *itens* de capital intelectual.	De um total de 39 termos de capital intelectual, apenas 7 foram divulgados. O termo mais divulgado foi "propriedade intelectual". O termo "capital intelectual" foi divulgado por apenas 5 entidades, que não são, necessariamente, de setores intensivos em conhecimento. Do total de 10.000 organizações analisadas, apenas 68 divulgam termos de capital intelectual.
Gandía (2003)	Analisar a extensão e o modo como as organizações utilizam a *internet* para fornecer informações sobre seus intangíveis e quais variáveis explicam a divulgação de informações sobre intangíveis através desse meio de divulgação.	Análise de conteúdo às páginas *Web* das 100 maiores entidades não financeiras do mundo que integram o índice Standard & Poor´s GLOBAL 100.	A dimensão não se apresenta significativa com o nível de divulgação de intangíveis na *internet*. A alavancagem e a região (Europa ou EUA) são significativos, sendo as organizações europeias as que divulgam mais. As empresas com baixo *market-to-book* revelam mais informação na *internet* sobre os seus intangíveis. A intensidade de gastos em intangíveis está positivamente associada à divulgação de intangíveis. O índice de clientes é o que apresenta maior divulgação na *internet*. O setor de atividade apenas se apresenta significativo no índice de divulgação de clientes.

Autor	Objetivo	Metodologia e amostra	Principais conclusões
Bozzolan *et al.* (2003)	Analisar a quantidade e o conteúdo da divulgação voluntária do capital intelectual nos relatórios anuais de 2001 de organizações cotadas italianas. Analisar os fatores que influenciam comportamentos diferentes de divulgação voluntária.	Análise de conteúdo a relatórios anuais de 2001 de 30 entidades não financeiras cotadas em Itália. Índice de divulgação com 22 *itens* de capital intelectual, baseados em Guthrie e Petty (2000) e FASB (2001).	Maior divulgação do capital externo (49%), nomeadamente acerca de clientes, seguido do capital interno (30%) e do capital humano (21%). O tipo de indústria (alta teconologia/tradicional) e a dimensão não são relevantes no conteúdo da informação divulgada mas são fatores explicativos da quantidade de informação do capital intelectual. A conjugação de indústria e dimensão mostra-se um fator significativo no nível total de divulgação do capital intelectual.
April *et al.* (2003)	Analisar a mensuração, divulgação e gestão do capital intelectual de organizações sul-africanas e comparação com resultados de estudo em organizações australianas.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais de 20 grandes organizações sul-africanas combinados com entrevistas e questionários. 24 indicadores de capital intelectual em 3 categorias: capital humano, capital interno e capital externo, baseados em Sveiby (1997). Metodologia adaptada de Guthrie *et al*. (1999).	As organizações analisadas atribuem grande importância ao capital intelectual e à gestão do conhecimento, no entanto, apresentam um nível baixo de divulgação do capital intelectual, divulgando mais acerca do capital externo (40,1%) nomeadamente contratos e colaborações, seguido do capital interno com uma média de divulgação de 30,4% e do capital humano com 29,5%. Dos 24 atributos do capital intelectual, apenas uma média de 10,4 foram divulgados nos relatórios anuais, com um mínimo de 3 atributos e um máximo de 18. O entendimento acerca do capital intelectual e as opiniões recolhidas variam consideravelmente. Há uma idêntica divulgação do capital intelectual nas entidades australianas e sul-africanas, estando as sul-africanas mais focadas em colaborações de negócios e contratos.
Gómez Rodríguez (2003)	Analisar se existe uma relação direta entre divulgação de informação sobre intangíveis e a criação de valor.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais de 1998 a 2003, de 34 entidades financeiras cotadas nas principais bolsas europeias (10 países). Índice de divulgação composto por 85 indicadores baseado nos projetos MERITUM e *Intelect.*	Nenhuma das entidades analisadas elabora relatórios de capital intelectual. A informação sobre o capital intelectual é muito dispersa e desagregada até ao ano 2002. As páginas *Web* têm vindo a converter-se na forma de divulgação deste tipo de informação. Verifica-se uma tendência crescente na divulgação do capital intelectual no período analisado. A informação de processos e tecnologias são as mais divulgadas, no entanto, a informação do capital humano foi a que sofreu maior crescimento no período analisado. Não foi confirmada associação entre divulgação de informação de intangíveis e a criação de valor visto que os investidores não analisam esta informação tal como é apresentada pelas entidades. A variável que os investidores valorizam é a transparência.

Autor	Objetivo	Metodologia e amostra	Principais conclusões
Goh e Lim (2004)	Analisar as práticas de divulgação voluntária do capital intelectual nos relatórios anuais de 20 organizações cotadas na Malásia, quantitativa e qualitativamente.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais de 20 organizações cotadas na Malásia no ano 2001. Criado um quadro com 24 atributos de capital intelectual, baseado em Sveiby (1997). Metodologia adaptada de Guthrie e Petty (2000).	Maior divulgação qualitativa que quantitativa. Maior divulgação do capital externo (41%), seguido do capital interno (36,6%) e apenas 21,9% para o capital humano. As componentes filosofia de gestão; cultura corporativa e espírito empreendedor, foram divulgadas qualitativamente por todas as organizações.
Vandemaele *et al.* (2005)	Análise intercontinental de divulgação do capital intelectual nos relatórios anuais.	Análise de conteúdo a 180 relatórios anuais de organizações holandesas, suecas e do Reino Unido nos anos 1998, 2000 e 2002. Metodologia baseada em Bozzolan *et al.* (2003)	As organizações suecas divulgam mais, em média, acerca do capital intelectual que as holandesas e do Reino Unido. A divulgação do capital intelectual aumentou ao longo do período analisado. O capital externo é o mais divulgado (40%) seguido do capital humano e do capital interno (ambos com 30%).
Vergauwen e van Alem (2005)	Analisar a divulgação do capital intelectual em organizações cotadas na bolsa de França, Holanda e Alemanha.	Análise de conteúdo a relatórios anuais e a DF de 37 organizações francesas, 28 alemãs e 24 holandesas nos anos 2000 e 2001. Adaptação do quadro de Bontis (2003).	Há diferenças significativas na divulgação voluntária do capital intelectual entre países, nomeadamente devido às regulamentações específicas de cada país e ao tipo de auditor. Verificou-se uma diminuição da divulgação do capital intelectual de 2000 para 2001.
Bukh *et al.* (2005)	Analisar a divulgação voluntária de intangíveis em prospetos de IPO na Dinamarca e que fatores influenciam a quantidade e qualidade de divulgação de intangíveis.	Análise de conteúdo de prospetos IPO. Aplicação a todas asorganizações cotadas na bolsa de Copenhaga de 1990 a 2001. Análise de variância (ANOVA) e uso de regressão.	O tipo de indústria apresenta uma relação significativa com o nível de divulgação voluntária de intangíveis. As organizações de alta tecnologia apresentam maior divulgação voluntária que as de baixa tecnologia. A dimensão e a idade da organização (idade como *proxy* do risco) não se apresentaram significativamente correlacionados com o nível de divulgação voluntária. A divulgação voluntária de intangíveis aumentou no período analisado.
Abeysekera e Guthrie (2005)	Analisar o tipo, a quantidade e a qualidade da divulgação do capital intelectual nos relatórios anuais numa amostra de 30 organizações cotadas na bolsa do Sri Lanka.	Análise de conteúdo a relatórios anuais de 30 organizações cotadas na bolsa de Sri Lanka de 1998/1999 e 1999/2000. Análise baseada em 45 *itens* de divulgação baseado em Guthrie e Petty (2000).	Embora o capital humano seja teoricamente o mais importante, a maior divulgação é do capital externo (44%), seguido do capital humano (36%) e do capital interno (20%). A divulgação do capital intelectual aumentou no período analisado. Todavia, não existe ainda uma abordagem consistente de divulgação de informação do capital intelectual.

Autor	Objetivo	Metodologia e amostra	Principais conclusões
Abdolmohammadi (2005)	Analisar o efeito da divulgação do capital intelectual na capitalização de mercado. Desenvolver um enquadramento descritivo dos componentes do capital intelectual nos relatórios anuais.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais de uma amostra de 58 organizações norte-americanas ao longo do período de 1993-1997.	A frequência da divulgação do capital intelectual acerca de marca e processos de propriedade aumentaram ao longo do período analisado. Há diferenças entre setores da "nova" e da "velha" economia no que respeita a categorias de marca e parcerias, as quais são mais divulgadas por setores da "velha" economia. Informações de tecnologia e propriedade intelectual são mais divulgados em setores da "nova" economia.
García-Meca *et al.* (2005)	Analisar a informação do capital intelectual (quantitativa e qualitativa) que as organizações divulgam a analistas e o que influencia essa divulgação.	Análise de conteúdo a 257 relatórios para analistas de organizações cotadas espanholas nos anos 2000 e 2001.	O índice de divulgação apresenta uma média de divulgação do capital intelectual de 24,51%. O subíndice mais divulgado em 2000 e 2001 foi o subíndice de divulgação de estratégia, seguido do subíndice de divulgação de tecnologia; em terceiro o subíndice de divulgação de processos e em quarto o subíndice de clientes. O índice de divulgação do capital humano e I&D e inovação são os menos divulgados em ambos os anos. Apenas 32,24% dos *itens* divulgados são em termos quantitativos. As grandes organizações divulgam maiores níveis de informação do capital intelectual. As variáveis indústria (financeira / não financeira), a rendibilidade e a alavancagem não se apresentam significativas.
García-Meca e Martínez (2005)	Analisar a extensão e especificidade da divulgação voluntária sobre intangíveis realizada por organizações cotadas espanholas a analistas financeiros. Analisar a relação entre determinadas caraterísticas das organizações e a divulgação.	Análise de conteúdo a 257 relatórios para apresentação a analistas por organizações espanholas cotadas na bolsa de Madrid nos anos de 2000 e 2001. Dois índices de divulgação focados nas especificidades de divulgação.	Existem diferenças no nível de divulgação nas entidades analisadas. A probabilidade de a informação ser pró-ativa, precisa e transparente depende da dimensão, da rentabilidade e da alavancagem. As categorias de clientes, estratégia e tecnologia são as mais divulgadas em termos quantitativos. A categoria do capital humano é mais divulgado em termos qualitativos. A indústria financeira não se apresenta significativa na relação com a quantidade de divulgação de intangíveis, mas apresenta-se com associação positiva com a qualidade da divulgação.
Guimón (2005)	Fornecer um quadro concetual para analisar o impacto dos relatórios de capital intelectual na análise de risco de crédito.	Dois estudos de caso baseados no projeto *E*know Net* da União Europeia: trabalho com 12 analistas financeiros do Banco Santander Central Hispano e outro com o Banco de Investimento Europeu.	Os relatórios de capital intelectual são relevantes para analistas de risco de crédito e têm impacto positivo nas decisões de crédito, no entanto, não é percetível como esses relatórios têm impacto na prática no que respeita a condições de crédito ou acesso a fundos pelas entidades que os publicam.

Autor	Objetivo	Metodologia e amostra	Principais conclusões
Firer e Williams (2005)	Analisar as práticas de divulgação voluntária do capital intelectual e testar empiricamente a associação entre três caraterísticas de estrutura de propriedade e a quantidade de divulgação voluntária do capital intelectual.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais do ano 2000 de 390 organizações cotadas na bolsa de Singapura.	O índice de divulgação do capital intelectual apresenta uma média de 36,7%. A relutância de divulgação voluntária do capital intelectual poderá dever-se a caraterísticas de estrutura de propriedade. As organizações com maior concentração de propriedade tendem a divulgar menos as que apresentam propriedade mais difusa. As organizações com altos cargos (diretores executivos) têm menos propensão à divulgação voluntária do capital intelectual. A indústria (alta tecnologia/financeira e serviços) não afeta a divulgação do capital intelectual.
Zhang (2005)	Analisar a extensão e o tipo de divulgação do capital intelectual, assim como os fatores que explicam os comportamentos de divulgação entre organizações.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais de 43 grandes organizações de *software* canadianas. 24 indicadores de divulgação. Quadro metodológico de Sveiby (1997), adaptado por Guthrie e Petty (2004).	A divulgação do capital intelectual é baixa (44,4%). O capital externo é o mais divulgado (51,9%), seguido do capital interno (44%) e do capital humano (29%). A dimensão e a detenção de ações por administradores são fatores explicativos da divulgação. A taxa de crescimento, a margem bruta, rácio de I&D, rácio de capital próprio e antiguidade não se apresentam significativos.
Monclús Guitart *et al.* (2005)	Analisar a informação voluntária e obrigatória do capital intelectual contida nos relatórios financeiros que, voluntariamente as organizações espanholas admitidas a cotação oficial publicam nas suas páginas *Web* a fim de valorizar os dados a que os usuários externos podem aceder.	Análise de conteúdo aos relatórios financeiros incluídos nas páginas *Web* durante o mês de junho de 2005. A amostra inclui 117 organizações cotadas na bolsa de Espanha em 30 de setembro de 2005. Indicadores de divulgação baseados em Ordoñez de Pablos (2003).	A divulgação do capital intelectual é de cerca de 45%. Há maior divulgação do capital humano (52,02%), seguido do capital relacional (28,79%) e do capital estrutural (19,19%). Maior divulgação qualitativa que quantitativa e mais divulgada noutros relatórios económicos e não nos relatórios e contas. São as sociedades financeiras as que mais divulgam capital intelectual. Foram estudadas variáveis explicativas da divulgação do capital intelectual. As variáveis estrutura pretenderam analisar se: 1 – o peso de intangíveis sobre o total de imobilizado afeta positivamente a divulgação; 2 – o peso do imobilizado material sobre o total do ativo afeta negativamente a divulgação. A variável estrutura 2 mostrou-se significativa. A rendibilidade não teve significância.
Shareef e Davey (2005)	Analisar a qualidade e extensão de divulgação do capital intelectual em clubes de futebol e os fatores que influenciam a divulgação do capital intelectual.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais de 19 clubes de futebol profissional em Inglaterra. Índice de divulgação com 52 *itens* de divulgação baseado em Guthrie e Petty (2000).	O nível de divulgação do capital intelectual apresenta-se baixo (45%), mas varia consideravelmente entre os clubes. O capital externo é o mais divulgado (53%), seguido do capital humano (44%) e do capital interno (33%). A dimensão do clube e o desempenho apresentam-se como fatores explicativos da divulgação do capital intelectual.

Autor	Objetivo	Metodologia e amostra	Principais conclusões
García-Meca (2005)	Analisar informação sobre o capital intelectual divulgada a analistas financeiros e analisar se esses dados são considerados nas suas decisões de investimento.	Análise de conteúdo a relatórios de analistas nos anos 2000 e 2001. Quadro metodológico baseado em Guthrie *et al.* (2004).	As organizações divulgam informações acerca da sua estratégia, clientes e processos, sendo estes *itens* os mais relevantes nas avaliações de analistas. Os *itens* mais frequentemente divulgados em reuniões, e considerados nas avaliações, são os referentes a estratégia, novos investimentos, produtos, alianças e liderança.
Wong e Gardner (2005)	Analisar a extensão e natureza da divulgação do capital intelectual na Nova Zelândia. Comparação entre indústrias de alta tecnologia e de setores tradicionais.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais de 60 organizações na Nova Zelândia. Baseado no quadro teórico de Sveiby (1997) e na metodologia de mensuração de Guthrie e Petty (2000).	As indústrias na Nova Zelândia fazem pouca divulgação voluntária do seu capital intelectual. Do total de frases contidas nos relatórios anuais, apenas 3% dizem respeito a *itens* de capital intelectual. O capital externo é o mais divulgado (48%), seguido do capital humano (31%) e do capital interno (21%). A indústria (alta tecnologia/tradicional) não tem impacto na quantidade de divulgação do capital intelectual.
Cuganesan (2006)	Analisar como as organizações divulgam o seu desempenho na gestão e utilização dos seus recursos humanos através de KPI, em termos de nível e foco de como os KPI são divulgados.	Análise de conteúdo aos relatórios de KPI numa amostra de bancos australianos.	Há uma diferença entre a quantidade de KPI divulgados e o foco de divulgação de KPI. Há uma maior divulgação de KPI no âmbito dos Relatórios de sustentabilidade (GRI). Confirmada a grande popularidade por parte dos *stakeholders,* dos KPI no Relato de gestão dos recursos humanos.
Li *et al.* (2006)	Aplicar várias formas de analisar a divulgação do capital intelectual em entidades financeiras de nove países europeus. Análise a uma instituição financeira num período de 10 anos.	Análise de conteúdo a relatórios anuais. Construção de índices de divulgação e contagem de palavras para analisar a variedade, o volume e o foco de capital intelectual. No índice de divulgação são consideradas as palavras, dados numéricos e imagens.	Os valores encontrados variam consideravelmente dependendo da análise efetuada (variedade, volume e foco de divulgação). O foco de divulgação (percentagem do volume de *itens* divulgados sobre itens totais) é de 24,8%. O índice de divulgação de capital intelectual aumentou ao longo dos 10 anos analisados. Em volume e foco de divulgação o capital estrutural é o que se apresenta com maior divulgação, seguindo-se o capital humano e o capital relacional. Em variedade, ao capital estrutural segue-se o capital relacional e o capital humano.

Autor	Objetivo	Metodologia e amostra	Principais conclusões
Bozzolan *et al.* (2006)	Analisar as diferenças de práticas de divulgação do capital intelectual em indústrias do setor tradicional e intensivo em conhecimento e as diferenças entre país (Itália e Reino Unido).	Análise de conteúdo a relatórios anuais de organizações de alta tecnologia e do setor tradicional analisados em Itália e Reino Unido. Metodologia baseada em Bozzolan *et al.* (2003).	A dimensão e o setor influenciam a divulgação do capital intelectual. A origem não se apresenta como fator explicativo do nível de divulgação. Tanto em Itália como no Reino Unido, o capital externo foi o mais divulgado, seguido do capital interno e do capital humano.
Dumay e Tull (2007)	Analisar uma forma alternativa das organizações divulgarem o seu capital intelectual aos seus *stakeholders*, e a relação da divulgação do capital intelectual e a sua influência no preço das ações.	Através de estudos de caso, são analisados os dados em anúncios de organizações cotadas na bolsa australiana.	A informação percebida pelo mercado referente à divulgação do capital intelectual tem um efeito diferente consoante a informação se refira ao capital humano, ao capital interno ou ao capital externo. O preço das ações está relacionado com a informação do capital intelectual. Uma maior divulgação acerca do funcionamento interno poderá provocar uma resposta mais favorável pelos *stakeholders*.
Oliveira *et al.* (2006)	Identificar os fatores que influenciam a divulgação voluntária de informações de intangíveis nos relatórios anuais das organizações cotadas portuguesas.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais das organizações cotadas (56) no mercado de capitais em Portugal em 31/12/2003. Construção de um índice de divulgação que analisa a extensão e a qualidade da divulgação.	O tipo de auditor, a concentração de capital, a indústria, a dimensão e, em menor medida, a internacionalização, fornecem uma base satisfatória para explicar o comportamento em relação à prestação voluntária de informações de intangíveis. Em Portugal, empresas de auditoria pertencentes ao grupo *Big4,* parecem desempenhar um papel importante na divulgação de informações voluntárias sobre intangíveis. O capital relacional é o mais frequentemente divulgado (33,29%), seguido do capital estrutural (30,13%) e capital humano (26,6%). Maior divulgação qualitativa que quantitativa.
Guthrie *et al.* (2006)	Analisar a divulgação voluntária do capital intelectual por organizações cotadas na Austrália e em Hong Kong e avaliar o efeito da dimensão, indústria e tempo no nível de divulgação.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais de 20 grandes organizações cotadas na Austrália em 1998, de 50 grandes organizações cotadas na Austrália e 100 organizações em Hong Kong, em 2002. Quadro teórico baseado em Sveiby (1997) e no quadro metodológico de Guthrie e Petty (2000) para analisar a divulgação voluntária do capital intelectual.	Os níveis de divulgação voluntária do CI são baixos e em quase todas as organizações o relato do capital intelectual é superior em retórica do que em termos numéricos. As divulgações nas entidades australianas em 2002 foram superiores às de 1998 e às de Hong Kong de 2002. A divulgação está positivamente associada à dimensão das organizações. Nas entidades australianas há uma maior divulgação do capital externo (49%), seguido do capital interno (41%) e do capital humano (10%). Na amostra de empresas de Hong Kong o capital externo (37%) é o mais divulgado, seguido do capital humano (35%) e, por fim, do capital interno (28%).
Flöstrand (2006)	Analisar o uso de indicadores do capital intelectual por analistas financeiros.	Análise de conteúdo a 250 relatórios de analistas financeiros. Indicadores baseados no projeto MERITUM.	Os indicadores do capital relacional são os mais utilizados pelos analistas financeiros, por este ser o que mais facilmente transforma o capital intelectual em dinheiro, ou seja, o capital relacional é fruto do que o capital humano e capital estrutural contribuem para a criação de valor. O tipo de indústria é relevante na divulgação de CR.

Autor	Objetivo	Metodologia e amostra	Principais conclusões
Riegler e Höllerschmid (2006)	Analisar a reunião de dois relatos: relato voluntário de intangíveis, nomeadamente no âmbito da I&D e o relato financeiro obrigatório. Desenvolver um modelo de relatório voluntário, respeitando as normas IFRS para o que, por imposição normativa, não pode ser reconhecido, nomeadamente despesas de I&D.	Abordagem experimental do estudo de caso com métodos de entrevistas semiestrtuturadas, técnicas Delphi e raciocínio normativo.	A grande divergência de relatórios financeiros obrigatórios e voluntários está na maior divulgação de informação qualitativa nos relatórios voluntários e maior divulgação quantitativa nos relatórios obrigatórios. O modelo proposto de divulgação de I&D, não interfere com as DF, pelo facto de se tratar de um relatório voluntário. O modelo de relatório voluntário dá informações complementares que permitem uma melhor comparação entre as a divulgação de informações voluntárias e as informações obrigatórias.
Ng (2006)	Explorar o desenvolvimento de uma demonstração de fluxos de capital intelectual para colmatar a falha de divulgação nos relatórios.	Estudos de caso em 6 organizações de tecnologia *Wireless* no Canadá. Quadro teórico baseado em *Resource-based view*.	É conformada a relação entre os componentes do capital intelectual e o desempenho das organizações analisadas. Sugere a apresentação de um relatório de fluxo de capital intelectual como complemento à divulgação no relato financeiro.
Pedrini (2007)	Analisar os pontos de convergência entre relatórios de capital intelectual (com foco em ativos de capital humano) e indicadores constantes das orientações de divulgação no relatório GRI.	Análise de conteúdo a relatórios de capital intelectual a 20 organizações de 9 países, num intervalo temporal que vai desde 1994 a 2004. As organizações foram classificadas segundo o setor em que operam.	Há diferentes tipos de atenção a questões relacionadas com o capital humano no relatório de capital intelectual e a que é descrita no GRI. Enquanto que na perspetiva da organização o capital humano é um ativo que é gerido de acordo com a sua estratégia, as linhas de orientação do GRI colocam o capital humano numa perspetiva do trabalhador, vocacionado para valores éticos e sociais. A existência de um relatório comum poderia aumentar os benefícios das práticas de responsabilidade corporativa e criar vantagem competitiva para a organização.
Dielis (2007)	Analisar e comparar o nível de divulgação do capital intelectual em sete países nos anos 2004-2006, em diferentes indústrias. Analisar se a cultura é um *driver* de divulgação do capital intelectual.	Análise de conteúdo a 25 relatórios anuais de cada país: França, Alemanha, Itália, Holanda, Espanha, Suécia e EUA, nos anos 2004, 2005 e 2006. Metodologia adaptada de Abdolmohammadi (2005).	O nível de divulgação do capital intelectual aumentou ao longo do tempo. Em termos geográficos, o amento foi mais sentido na Alemanha, no entanto, o nível de divulgação é maior em França, seguido de Espanha, Itália, Alemanha, Holanda, EUA e Suécia. A indústria das telecomunicações é a que apresenta maior divulgação do CI. Informação acerca de marcas é a mais divulgada. A redução de incerteza é um *driver* cultural de divulgação do capital intelectual.

Autor	Objetivo	Metodologia e amostra	Principais conclusões
Li *et al.* (2007)	Analisar os fatores de mercado, de governo das sociedades e fatores específicos que influenciam a divulgação do capital intelectual contido nos relatórios anuais de organizações em setores intensivos em conhecimento.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais de 100 organizações intensivas em conhecimento de diversos setores, cotadas na bolsa do Reino Unido. Índices de divulgação compostos por 183 *itens* de divulgação, que analisam a extensão, o volume e o foco de divulgação.	A divulgação do capital intelectual está positivamente associado ao rácio *market-to-book (goodwill* ou valor oculto), à volatilidade do preço das ações, à dimensão da organização e à dimensão do comité de auditoria. Está negativamente associado à idade de cotação de mercado, à concentração de capital e à detenção de ações por diretores. A dimensão da organização apenas não tem influência no foco de divulgação do capital intelectual. Indústrias de TIC e farmacêutica/biotecnologia divulgam mais em termos de volume do CI, tendo as indústrias do setor alimentar e TIC maior incidência de divulgação em termos de foco do CI. A extensão da divulgação é marginal, sendo o setor do *media* e publicidade o que divulga mais.
White *et al.* (2007)	Investigar a natureza e extensão de divulgação voluntária do capital intelectual e os principais motivadores e nível de divulgações voluntárias nos relatórios anuais de organizações de biotecnologia australianas.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais de 96 organizações de biotecnologia australianas no ano 2005. Foram elaborados 78 *itens* de divulgação voluntária do CI. O índice usado foi desenvolvido por Bukh *et al.* (2005). Este índice separa o CI em seis dimensões: (1) empregados; (2) clientes; (3) tecnologia de informação; (4) processos; (5) I&D; (6) alianças estratégicas.	As organizações australianas de biotecnologia divulgam menos capital intelectual nos seus relatórios anuais do que o esperado. Há maior incidência na divulgação de estratégia e I&D e pouca divulgação de informação relacionada com empregados, numa indústria que depende de trabalhadores altamente qualificados. A alavangagem, a dimensão, a idade e a existência de diretores independentes foram determinantes para a divulgação do capital intelectual (com associação positiva). Não houve correlação entre o nível de concentração e a divulgação voluntária do capital intelectual. A dimensão e a idade foram retiradas da análise de regressão por se apresentarem correlacionadas.
Lee *et al.* (2007)	Analisar a natureza e extensão da divulgação de informação do capital intelectual em hospitais australianos, via *internet*. Verificar a influência de 4 caraterísticas hospitalares como determinantes do relato de informação do capital intelectual.	Análise de conteúdo aos *Websites* de 128 hospitais australianos. Construção de um índice de divulgação com 85 *itens* com 6 subcategorias.	Enquanto a natureza ou incidência de divulgação do capital intelectual é alta, a sua extensão ou quantidade é relativamente baixa e varia significativamente entre as diferentes subcategorias. A maior taxa de incidência é no capital de recursos humanos e a menor é no capital inovação. A quantidade de informação divulgada nos *Websites* dos hospitais analisados varia de acordo com a sua localização geográfica, o facto de ser privado ou público e a sua especialização.
Cordazzo (2007)	Analisar a divulgação voluntária de intangíveis nos prospetos de IPO no período de 1999-2002, num total de 86 prospetos.	Análise de conteúdo a prospetos de IPO italianos de ofertas públicas em 1999-2002. Foram analisados 78 indicadores classificados em 6 categorias: (1) Recursos humanos; (2) Clientes; (3) Tecnologias de informação; (4) Processos; (5) Investigação e desenvolvimento; (6) Estratégia.	A quantidade de informações sobre intangíveis fornecida pelos prospetos de IPO aumentou durante o período de 1999-2002, o que parece sugerir que os gerentes acreditam que essas informações são importantes na determinação do valor das suas empresas nos mercados de capitais. A dimensão e a estrutura da propriedade (antes de IPO) são determinantes do nível da divulgação de intangíveis, enquanto a idade da organização e o nível de tecnologia não estão significativamente associados ao nível de divulgação de intangíveis. A dimensão é o único determinante da quantidade-qualidade da divulgação voluntária de intangíveis em prospetos IPO.

Autor	Objetivo	Metodologia e amostra	Principais conclusões
Abeysekera (2007)	Analisar os padrões de divulgação do capital intelectual num país em desenvolvimento (Sri Lanka) e comparar com as práticas de divulgação num país desenvolvido (Austrália), analisado por Guthrie e Petty (2000).	Análise de conteúdo aos relatórios anuais de 30 organizações cotadas na bolsa de Colombo nos anos 1998/1999 e 1999/2000.	A análise aos relatórios anuais das organizações do Sri Lanka mostram que o capital externo é o mais divulgado seguido do capital humano, tal como os resultados do estudo efetuado na Austrália. No entanto, no Sri Lanka o capital humano é relativamente mais divulgado do que a divulgação encontrada no estudo australiano.
Steenkamp (2007)	Analisar a divulgação voluntária do capital intelectual nos relatórios anuais de 30 grandes organizações da Nova Zelândia.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais de uma amostra de 30 grandes organizações da Nova Zelândia para analisar a frequência de divulgação de capital intelectual. 17 *itens* de divulgação.	Foi encontrado um elevado nível de divulgação do capital intelectual (76,9%). O capital humano é a categoria mais divulgada (53%), seguida do capital externo (36%) e do capital interno (11%).
Beattie e Thomson (2007)	Analisar a divulgação do capital intelectual nos relatórios anuais. Explorar os problemas específicos que surgem da utilização de análise de conteúdo para investigar divulgações do capital intelectual.	Análise de conteúdo como um exemplo ilustrativo e comparação com estudos anteriores. Classificação de 20 subcategorias do capital humano, 16 do capital estrutural e 23 do capital relacional.	A profundidade e amplitude do conceito de capital intelectual e a falta de uma linguagem comum definitiva, tornam difícil estabelecer a extensão e a natureza de divulgação atual do capital intelectual, prejudicando a sua interpretação e a comparabilidade. O capital relacional é o mais divulgado, seguido do capital humano e, por fim, o capital estrutural.
Singh e Van der Zahn (2007)	Analisar a associação entre a divulgação do capital intelectual nos prospetos IPO e a valorização das ações. Comparar os resultados com o estudo de Bukh *et al.* (2005) aplicado na Dinamarca.	Análise de conteúdo a 334 prospetos de IPO em Singapura entre 1997 e 2004. Foram consideradas organizações de diversos setores de atividade.	Foi encontrada uma associação positiva entre o nível de *underpricing* e a extensão de divulgação do capital intelectual. A existência de SIBA apresenta uma associação positiva e significativa com o índice de divulgação do capital intelectual na análise univariada, não se apresentando como fator determinante na análise multivariada. A divulgação do capital intelectual aumentou em praticamente todo o período analisado.
Cerbioni e Parbonetti (2007)	Analisar a relação entre variáveis de governo das sociedades e quantidade e qualidade de divulgação voluntária do capital intelectual em organizações europeias de biotecnologia.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais de organizações europeias de biotecnologia em 10 países nos anos de 2002, 2003 e 2004.	As variáveis de governo das sociedades (proporção de diretores independentes, dimensão do conselho de administração, dualidade de papeis presidente/CEO e a estrutura do conselho de administração) influenciam a divulgação do capital intelectual. A dimensão do conselho de administração e variáveis de estrutura do conselho de administração (comités compostos maioritariamente por diretores independentes), associam-se negativamente à divulgação do capital intelectual. A dimensão e a rendibilidade têm influência positiva.

Autor	Objetivo	Metodologia e amostra	Principais conclusões
García-Meca e Martínez (2007)	Investigar acerca da transmissão de informações de capitais intelectuais nas recomendações dos analistas financeiros e se existe uma relação entre algumas variáveis específicas e informações sobre intangíveis.	Análise de conteúdo a 260 relatórios de analistas financeiros em grandes organizações espanholas de diversas indústrias, nos anos 2000 a 2003. Índice de divulgação composto por 60 *itens* de divulgação.	O nível de divulgação do capital intelectual por analistas financeiros é de apenas 14,88% da totalidade dos *itens* considerados. As categorias estratégia e clientes são as mais divulgadas por analistas financeiros (35,16% e 25,65%, respectivamente). O capital humano é divulgado e apenas 3,65% dos *itens* e dados referentes a inovação e I&D são divulgados em apenas 3,63%. A variável rendibilidade apresenta-se como um fator explicativo da divulgação de informação do capital intelectual por analistas financeiros. Os bancos e entidades financeiras são das indústrias que que apresentam menor informação.
Sujan e Abeysekera (2007)	Determinar a extensão de divulgação do capital intelectual em organizações australianas e comparação com os resultados de Guthrie e Petty (2000).	Análise de conteúdo aos relatórios anuais de 20 organizações australianas. Quadro metodológico adaptado de Guthrie *et al.* (1999).	Não há uma divulgação consistente, estruturada e sistemática do capital intelectual pelas organizações australianas. Cerca de 73% da informação divulgada é em termos qualitativos. O capital externo é o mais divulgado (48%), seguido do capital interno (31%) e do capital humano (21%). Indústrias intensivas em conhecimento divulgam significativamente mais informação do capital intelectual para sinalizar a superioridade na posse de ativos imutáveis na sua indústria.
Kristandl e Boontis (2007)	Analisar a associação entre o nível de divulgação voluntária e o custo do capital próprio.	Análise de conteúdo a relatórios anuais. Foram elaborados dois índices de divulgação (histórico e orientado para o futuro) e aplicados modelos de regressão a 95 organizações cotadas na Áustria, Alemanha, Suécia e Dinamarca em 2005.	Confirmou-se o impacto da divulgação voluntária e as estimativas de custo de capital. Foi encontrada uma relação negativa entre o nível de informação orientada para o futuro e o custo do capital próprio, ou seja, um aumento no nível de divulgação orientada para o futuro está associada uma diminuição do custos de capital próprio. Existe uma relação positiva entre o nível de informação histórica e o custo de capital próprio, ou seja, um aumento no nível de divulgação de informação histórica, está associado um aumento no custo do capital próprio.
Vergauwen *et al.* (2007)	Estudar a relação entre a divulgação do capital intelectual e a importância relativa dos ativos intangíveis como *drivers* de valor da organização.	Análise de conteúdo a relatórios anuais de 20 grandes organizações suecas, 20 britânicas e 20 dinamarquesas que possam deter um elevado nível de capital intelectual, para medir a extensão das divulgações do capital intelectual, considerando as categorias de capital humano, estrutural e relacional.	O capital relacional obtém 46% das divulgações do capital intelectual; o capital humano 32% e o capital estrutural 22%. O capital estrutural é o menos divulgado pelo facto de a maior parte destes intangíveis serem gerados internamente, sendo a informação restrita e não acessível a concorrentes. Não se confirma a associação entre o elevado nível de capital humano e capital relacional e grandes divulgações do capital humano e do capital relacional. A existência de capital estrutural está associado com maior divulgação de capital estrutural.

Autor	Objetivo	Metodologia e amostra	Principais conclusões
Oliveras *et al.* (2008)	Contribuir para o crescente corpo de estudos empíricos sobre a medição e a extensão de divulgação do capital intelectual.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais de 12 grandes organizações espanholas num período de 3 anos (2000-2002) cotas na bolsa de Espanha. O valor do capital intelectual foi calculado pela diferença entre o valor de mercado e o valor contabilístico.	Verificou-se um aumento no volume de divulgação do capital intelectual ao longo dos 3 anos analisados. O nível de divulgação é ainda limitado, dominando *itens* de relação com clientes. Assim, o capital externo (cliente/relacional) foi o que teve maior grau de divulgação (59,6%), seguido do capital humano (21,9%) e do capital interno (18,5%). Existe uma significativa diferença entre o valor de mercado e o valor contabilístico, que reflete o "valor oculto" das organizações. Os bancos e indústrias de telecomunicações divulgam mais que os restantes setores.
Schneider e Samkin (2008)	Avaliar a extensão, a qualidade e os determinantes de divulgação do capital intelectual nos relatórios anuais de organizações do governo local na Nova Zelândia.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais de 82 organizações do governo local na Nova Zelândia no ano económico 2004/2005. Índice de divulgação composto por 26 *itens* e 3 categorias (capital humano, capital interno e capital externo), baseado em Guthrie e Petty (2000).	A categoria do capital intelectual mais divulgada foi o capital interno (69%), seguido do capital externo (59%) e, por fim, do capital humano (29%). A dimensão da autoridade local é determinante da divulgação do capital intelectual. As maiores organizações divulgam mais informação em todas as categorias do capital intelectual.
Kamath (2008)	Analisar a extensão da divulgação voluntária do capital intelectual em setores emergentes na Índia (informação, comunicação, publicidade e tecnologia) e relação da extensão da divulgação com a dimensão da organização.	Análise conteúdo aos relatórios anuais de 30 organizações cotadas na Índia no ano 2005-2006. Quadro metodológico baseado em Bontis (2003).	Apenas uma pequena percentagem das organizações analisadas divulgam informações de capital intelectual e a divulgação não é uniforme, o que denota a falta de técnicas comuns entre as organizações. O setor da tecnologia apresenta maiores níveis de divulgação. Não foi verificada associação entre a extensão de divulgação do capital intelectual e a dimensão da organização.
Sonnier (2008)	Comparar o nível de divulgação do capital intelectual em organizações de alta tecnologia e nos setores tradicionais da economia.	Análise de conteúdo utilizando os relatórios anuais de 143 organizações de alta tecnologia e 141 organizações do setor tradicional nos anos 2000 e 2004. Modelo RBV IC que analisa nos recursos internos os recursos humanos e a propriedade intelectual e nos recursos externos o capital cliente e o capital fornecedor.	As organizações de alta tecnologia fornecem níveis superiores de divulgação do seu capital intelectual do que organizações de setores tradicionais. As organizações de setores tradicionais dão mais relevo na divulgação do capital fornecedores do que a outras categorias do capital intelectual. Empresas do setor de alta tecnologia dão menos importância ao capital fornecedor que a outras categorias do capital intelectual, protegendo a confidencialidade dos dados para manter vantagens competitivas.

Autor	Objetivo	Metodologia e amostra	Principais conclusões
Whiting e Miller (2008)	Descrever a extensão e o tipo de divulgação voluntária do capital intelectual e testar a relação entre o seu "valor oculto" (*goodwill*) e a divulgação voluntária do capital intelectual nos relatórios anuais de organizações da Nova Zelândia.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais de 2003 de 70 entidades cotadas na Nova Zelândia. *Itens* baseados em Sveiby (1997) e Guthrie *et al.* (2004).	Relação positiva e significativa entre o "valor oculto" e a divulgação do capital intelectual nas organizações "revalorizadas". Maior divulgação do capital de estrutura externa, seguido do capital humano e do capital interno.
Ferreira (2008)	Analisar a extensão da divulgação voluntária do capital intelectual em Portugal e os fatores que determinam essa divulgação.	Análise de conteúdo ao relatório e contas de 45 organizações cotadas na bolsa de Lisboa em 2006, distribuídas por 9 indústrias.	A divulgação do capital intelectual apresenta um nível de divulgação de 43%. O capital externo é a categoria do capital intelectual mais divulgada (52%), seguido do capital humano (39%) e do capital interno (35%). A dimensão e o tipo de auditor são fatores explicativos da divulgação voluntária do capital intelectual, apresentando-se com uma associação positiva com a divulgação voluntária. A concentração da estrutura acionista e a rendibilidade não obtiveram evidência empírica para as associar ao nível de divulgação do capital intelectual. A indústria de serviços de utilidade pública é a que apresenta maior divulgação do CI (72%), tendo as empresas financeiras divulgado 63%.
Abeysekera (2008a)	Analisar e comparar a divulgação do capital intelectual entre categorias de capital intelectual e entre países (desenvolvidos e em desenvolvimento).	Análise de conteúdo aos relatórios anuais de 20 organizações no Sri Lanka. Comparação dos resultados obtidos com uma amostra de organizações em Singapura no mesmo período (1998-2000), elaborado por Cheng *et al.* (2002).	Necessidade de uma metodologia uniforme para a divulgação sob as normas IFRS. Foram encontradas diferenças na divulgação do capital intelectual nas organizações de Sri Lanka em comparação com as de Singapura. Em Singapura, o capital externo foi o mais divulgado em 1998 e em 1999 (juntamente com o capital interno). Em 2000 o capital humano foi o mais divulgado. Em Sri Lanka o capital externo foi o mais divulgado e 1998, o capital humano em 1999 e o capital interno em 2000. Em ambos os países verificou-se um aumento geral de divulgação nos 3 anos analisados.
Ax e Marton (2008)	Analisar a relação entre práticas de gestão de recursos humanos e divulgações do capital humano em relatórios anuais.	Análise de conteúdo a relatórios anuais para analisar a divulgação do capital humano. Questionário via *email* acerca de práticas de gestão de recursos humanos a um conjunto de 27 grandes organizações cotadas na bolsa de Estocolmo (Suécia).	Não foi verificada associação entre divulgação externa do capital humano e práticas internas de gestão de recursos humanos.

Autor	Objetivo	Metodologia e amostra	Principais conclusões
Striukova *et al.* (2008)	Investigar práticas de divulgação do capital intelectual em relatórios corporativos de organizações do Reino Unido em 4 setores distintos.	Análise de conteúdo aos diversos relatórios publicados pelas organizações, incluindo informações publicadas nas suas páginas *Web*. Entrevistas a executivos sénior. Amostra de 12 organizações em 4 setores distintos (4 entidades em cada um dos setores): 2 setores intensivos em capital intelectual e 2 com baixos níveis de capital intelectual. Metodologia baseada em Guthrie e Petty (2000).	Foram encontradas diferenças entre os elementos do capital intelectual relatados em cada um dos setores analisados. A análise por documentos demonstra que a divulgação é maior nas páginas *Web*, seguido dos relatórios anuais e contabilísticos, tendo os restantes relatórios pouca proporção de divulgação. Nas páginas *Web* divulga-se mais acerca do capital externo, seguido do capital humano e do capital interno. Nos relatórios anuais e contabilísticos, há uma maior divulgação do capital externo, seguido do capital interno e, por fim, do capital humano. Há maior divulgação nas organizações de maior dimensão.
Gan *et al.* (2008)	Analisar a relação da divulgação voluntária do capital intelectual e caraterísticas de governo das sociedades e de estrutura de propriedade.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais de 2006 de 100 organizações cotadas e 58 organizações governamentais da Malásia. Índice de divulgação composto por 3 categorias baseado em Sveiby (1997). Índice de divulgação baseado em Firer e Williams (2003).	O índice de divulgação do capital intelectual apresenta uma média de 59,02%. O capital estrutural é o componente mais divulgado (71,14%), seguido do capital humano (65,78%) e do capital cliente (41,14%). As organizações com controlo de capital familiar estão menos propensas a divulgar informação do capital intelectual, assim como todos os componentes do CI. A frequência de reuniões do comité de auditoria influencia a divulgação do capital humano. A dimensão do conselho de administração não se apresenta significativo com a divulgação voluntária do CI (nem com nenhum dos componentes). A dimensão da organização tem uma associação positiva e significativa com a divulgação do CI e com todos os seus componentes.
Xiao (2008)	Analisar a divulgação de informação do capital intelectual nos relatórios anuais de organizações chinesas.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais de 50 grandes organizações chinesas em 2007. Elementos e categorias baseados em Guthrie e Petty (2000).	As organizações na China não atribuem importância à divulgação do capital intelectual. O capital humano é o componente mais divulgado e o capital relacional o menos divulgado. A categoria menos divulgada em informação voluntária foi o capital humano e a categoria mais divulgada foi o capital estrutural.
Dumay (2008)	Analisar a forma e o impacto da implementação de práticas de divulgação do capital intelectual nas atividades de gestão e numa mudança organizacional.	Estudo de caso de uma organização do setor público australiano. Análise de conteúdo ao relatório independente de divulgação do capital intelectual.	A utilização narrativa do capital intelectual faz parte das actividades correntes de gestão e consequente mudança organizacional.

Autor	Objetivo	Metodologia e amostra	Principais conclusões
Gerpott *et al.* (2008)	Investigar a qualidade de divulgação dos intangíveis nos relatórios anuais e *Websites*. Verificar a associação da qualidade de divulgação nos relatórios anuais e nas *Websites* das organizações e analisar os determinantes que influenciam essa divulgação.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais (em 2003/ 2004) e *Websites* (em Maio de 2005) de 29 entidades operadoras de telecomunicações cotadas em Junho de 2004. Usadas 7 categorias de ativos intangíveis.	Tanto os relatórios anuais como as *Websites* apresentam um nível qualidade de divulgação relativamente baixo, cingindo-se a pequenas peças de informação qualitativa. A divulgação nos relatórios anuais e nas *Websites* apresenta-se correlacionada, ou seja, com utilização complementar. A divulgação de intangíveis é maior em organizações maiores e mais divulgado em organizações europeias do que em americanas. A qualidade da divulgação dos intangíveis não está associada a critérios de desempenho. A qualidade da divulgação nos relatórios anuais é maior do que a divulgação no *Website* em todos os parâmetros, exceto no capital investidor.
Singh e Van der Zahn (2008)	Analisar os níveis de divulgação do capital intelectual em 444 organizações em Singapura e analisar a influência de determinantes de governo das sociedades na divulgação.	Análise de conteúdo aos prospetos de IPO de 444 organizações cotadas em Singapura, entre 1997 e 2006, pertencentes a vários setores de atividade.	A divulgação de informação do capital intelectual cresceu de 1997 a 2003, assim como aumentou a divulgação em cada uma das 3 categorias do capital intelectual. Os *itens* que mais aumentaram foram os relacionados com tecnologias, I&D e estratégia. Associação positiva entre a divulgação do capital intelectual e "retenção de propriedade" (proporção de ações mantidas pelos proprietários originais). A existência de SIBA não se mostra estatisticamente significativo para associar a sua existência com a divulgação do capital intelectual.
Li *et al.* (2008)	Analisa a influência do governo corporativo na divulgação do capital intelectual nos relatórios anuais.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais de 100 organizações cotadas na bolsa de Londres de diversos setores de atividade. Índice de divulgação (para captar a diversidade); contagem de palavras de capital intelectual (para captar o volume) e percentagem de palavras de cada *item* no relatório (para captar o foco).	O capital intelectual tem uma média de divulgação total de 36%. A maior divulgação é no componente de capital estrutural (37%), seguida do capital relacional (36%) e do capital humano (35%). A proporção de diretores independentes é determinante no volume, variedade e foco de divulgação do CI (+). A concentração de capital (-) está associado à variedade e ao volume de divulgação. A dimensão do comité de auditoria (+) é determinante na divulgação em termos de volume e variedade do CI, assim como o número de reuniões de auditoria (+). A idade da cotação (-) determina a variedade e o foco. O ROA apenas tem influência moderada (+) na variedade de divulgação e a dimensão da organização (+) determina a variedade e o volume. A dimensão é também significativa para a divulgação do CH, CE e CR, enquanto a rendibilidade não se encontra associada à divulgação de nenhum componente. A dualidade de papéis (presidente/CEO) associa-se negativamente embora não seja determinante.

Autor	Objetivo	Metodologia e amostra	Principais conclusões
Bukh e Jensen (2008)	Demonstrar como as declarações de capital intelectual são elaboradas e usadas como uma tecnologia de gestão.	Estudo de caso de 3 organizações. Entrevistas semiestruturadas.	O contexto e os participantes têm uma influência decisiva na construção de relatórios de capital intelectual. O relato de capital intelectual nas organizações funciona como um quadro concetual usado como um todo no projeto estratégico da organização.
Guthrie *et al.* (2008)	Analisar as práticas de divulgação do capital intelectual em organizações australianas de alimentação e bebidas. Estudo da divulgação efetuada nos relatórios anuais e nas páginas *Web* das empresas de um único setor.	Análise de conteúdo a relatórios anuais e a páginas *Web* de 19 grandes organizações australianas de alimentação e bebidas. Adaptação da metodologia de Sveiby (1997), mais tarde modificado por Petty e Guthrie (2000), Guthrie *et al.* (2004) e Guthrie *et al.* (2006).	Há maior divulgação do capital intelectual nos relatórios anuais do que nas páginas *Web*. A extensão da divulgação do capital intelectual é baixa e de natureza mais narrativa (94,2% da divulgação total). Foram encontradas grandes discrepâncias entre empresas na forma de divulgação e na localização da divulgação do capital intelectual (relatórios anuais e páginas *Web*). Estas discrepâncias dificultam a comparação, a mensuração e a credibilidade, necessitando haver um quadro homogéneo de divulgação. Tanto nos relatórios anuais como nas páginas *Web* o capital interno (estrutural) é o mais divulgado, seguido do capital externo e do capital humano.
Singh e Van der Zahn (2009)	Investigar a associação entre a divulgação do capital intelectual nos prospetos de IPO e *post-issue stock performance*.	Análise de conteúdo a 259 prospetos (IPO) em Singapura entre 1 de julho de 1999 e 30 de junho de 2005. Construção de índice de divulgação composto por 81 *itens*.	Verificou-se uma associação negativa entre o nível de divulgação do capital intelectual nos prospetos de IPO e *post-issue stock performance*. A dimensão da organização e a existência de *stock option* (SIBA) influencia positiva e significativamente a divulgação do capital intelectual. A indústria (empresas de manufatura ou outras) não tem impacto na divulgação do capital intelectual. Entre 1999 e 2003 o número de *itens* de capital intelectual divulgados aumentou, tendo diminuído em 2004.
Davey *et al.* (2009)	Analisar a natureza e a extensão da divulgação do capital intelectual e de *marketing* em empresas de moda. Comparação entre organizações do setor da moda e entre europeias e norte-americanas.	Análise de conteúdo a relatórios anuais de 2005 de 15 organizações europeias e 15 norte-americanas. Metodologia adaptada de Guthrie e Petty (2000) e Shareef e Davey (2005).	A categoria mais divulgada é o capital relacional (50%), seguida do capital estrutural (34%) e do capital humano (16%). As marcas são o mais valioso e competitivo ativo nesta indústria, sendo o *item* mais divulgado. Divulgações de *itens* que refletem processos e filosofias organizacionais são também importantes. A menor divulgação reflete-se nas relações com clientes e consumidores, nomeadamente a sua lealdade e satisfação. A divulgação é idêntica nas organizações dos dois continentes, exceto no capital humano que é mais divulgado pelas organizações europeias.

Autor	Objetivo	Metodologia e amostra	Principais conclusões
Rimmel *et al.* (2009)	Fornecer informação acerca da quantidade de informação do capital intelectual nos prospetos de IPO no Japão em 2003.	Análise de conteúdo a 120 prospetos de IPO. Índice de divulgação composto por 78 *itens*, divididos em: empregados, clientes, processos, I&D e estratégia.	A divulgação do capital intelectual nos prospetos IPO apresenta uma média de 12,6%. Não foi encontrada significância estatística para influência da variável indústria (alta tecnologia/baixa tecnologia), para a variável gestão de propriedade e para a dimensão da organização. A idade da organização apresenta-se como fator explicativo para influenciar a extensão de divulgação do capital intelectual nos prospetos de IPO, sendo as empresas com menos de 15 anos as que divulgam mais informação sobre o capital intelectual.
Guthrie *et al.* (2009)	Comparar as práticas de relato do capital intelectual nos relatórios anuais e relatórios de capital intelectual de uma organização sem fins lucrativos australiana.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais e relatórios de capital intelectual de uma organização sem fins lucrativos (serviço de sangue da Cruz Vermelha). Análise de 3 anos (2002 a 2005).	O capital estrutural é o componente mais divulgado tanto nos relatórios anuais como nos relatórios de capital intelectual (43% e 37%, respetivamente), seguido do capital relacional (40% e 33%, respetivamente) e capital humano (17% e 30%, respetivamente). O tipo de informação divulgada e a forma de divulgação difere na divulgação do capital intelectual nos relatórios anuais e nos relatórios de capital intelectual, sendo mais informação qualitativa. Verificaram-se alterações nos padrões e incidências de divulgação ao longo do período analisado, o que requer homogeneidade através de um quadro credível e comparável para análises longitudinais.
Orens *et al.* (2009)	Analisar empiricamente os benefícios económicos de uma estratégia de divulgação de informação do capital intelectual em *Websites*, analisando o impacto que a divulgação tem no valor das organizações e nos seus custos de financiamento.	Análise de conteúdo das *Websites* de uma amostra de 267 grandes entidades não financeiras de 4 países europeus: Bélgica (43), França (97), Alemanha (84) e Holanda (43). Indicadores de capital intelectual baseados em Kaplan e Norton (1996). Índice de divulgação com 42 *itens* e 3 categorias.	As organizações que divulgam mais informação nas suas páginas *Web* apresentam maior valor e menores custos de financiamento, o que suporta a ideia de que os analistas financeiros e os investidores usam as divulgações do capital intelectual para as decisões de investimento. O valor da organização aumenta com o aumento da sua rentabilidade e diminui com a sua dimensão. A intensidade de investimento em ativos fixos não se apresenta como determinante da divulgação do capital intelectual. As organizações menos rentáveis divulgam mais informação de capital intelectual, assim como mais capital relacional e capital estrutural. A divulgação do capital humano e a rendibilidade não se apresentam significativamente associadas.
Brüggen *et al.* (2009)	Analisar os determinantes da decisão de divulgar o capital intelectual nos relatórios anuais.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais de 125 organizações cotadas australianas, completando os dados recolhidos com outros dados quantitativos. Foram consideradas o máximo de 15 organizações em cada um dos setores selecionados. Abordagem de Bontis (2003).	A indústria e a dimensão da organização desempenham um papel fundamental na divulgação do capital intelectual. Não foi encontrada qualquer relação entre o nível de divulgação do capital intelectual e a assimetria de informação. O capital estrutural é o componente mais divulgado, sendo o capital relacional quase nada divulgado.

Autor	Objetivo	Metodologia e amostra	Principais conclusões
Yau *et al.* (2009)	Analisar a extensão e natureza da divulgação voluntária do capital intelectual, assim como os fundamentos económicos e não económicos para essa divulgação.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais de 60 organizações cotadas na Malásia. Metodologia adaptada de Guthrie e Petty (2000).	A divulgação voluntária do capital intelectual não é uniforme nas organizações analisadas, no entanto, é consensual a maior divulgação em termos narrativos. O capital estrutural é o mais divulgado (57%), seguido do capital relacional (30%) e capital humano (13%). A dimensão e o facto de ser entidade governamental são fatores determinantes da divulgação voluntária do capital intelectual. A rendibilidade e o crescimento da organização não se apresentam como fatores de divulgação.
Sonnier *et al.* (2009)	Analisar a relação entre a dimensão e a idade da organização com o nível de divulgação do capital intelectual contido nos seus relatórios anuais.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais de 143 organizações de alta tecnologia.	Relação inversa e significativa entre a idade da organização e o nível de divulgação do capital intelectual nos relatórios anuais. A dimensão apresenta-se com associação negativa mas fraca. A análise multivariada confirma a significância da idade na divulgação do capital intelectual, sendo as organizações mais jovens as que divulgam mais do seu capital intelectual ao mercado.
Woodcock e Whiting (2009)	Analisar o nível de divulgação do capital intelectual nos relatórios anuais e a influência de determinadas caraterísticas das organizações.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais de 70 organizações australianas cotadas no ano 2006.	O nível de divulgação do capital intelectual é baixo. A média de atributos divulgado por cada organização é de 6,33. 76% desta divulgação é em termos qualitativos e apenas 24% em termos quantitativos. A categoria mais frequentemente divulgada é o capital externo (42%) , 32% tem a divulgação do capital interno e 26% do capital humano. As entidades de setores intensivos em capital intelectual divulgam maiores níveis de informação do capital intelectual (7.4) enquanto do setor menos intensivo em capital intelectual é de 5.3. A concentração de propriedade não se apresenta significativo para explicar a divulgação do capital intelectual.
Bejar (2009)	Analisar a informação divulgada sobre o capital intelectual que é mais usada por investidores para as suas decisões de investimento.	Entrevistas a analistas e gestores. Método Delphi.	As opiniões de analistas e gestores são unânimes: as informações do capital intelectual a que os investidores mais relevo dão é a informação acerca de (1) quota de mercado, (2) competências dos quadros dirigentes e (3) fidelização e satisfação da clientela. As informação com menor relevância são a composição e funcionamento do conselho de administração, a análise de risco relacionado com a envolvente da organização e a produtividade dos recursos humanos.

Autor	Objetivo	Metodologia e amostra	Principais conclusões
Quinteiro (2009)	Analisar quais os *itens* do capital intelectual mais divulgados nos relatórios dos bancos cotados no Brasil e comparação com os cotados em Espanha.	Análise de conteúdo aos relatórios e contas (de 2006, 2007 e 1º semestre de 2008) de bancos cotados na bolsa brasileira e 9 contados na bolsa de Madrid.	Os bancos do Brasil e de Espanha apresentam maior divulgação do capital estrutural, seguido do capital humano e do capital relacional. Há maior divulgação nos Relatórios de gestão, tendo as peças contabilísticas, nomeadamente o Anexo às DF, pouca divulgação sobre o capital intelectual.
Cormier *et al.* (2009)	Analisar o impacto de atributos de divulgação do capital social e so capital humano na assimetria de informação. Análise à divulgação de informação indicativa, qualitativa e quantitativa.	Análise de conteúdo às páginas *Web* de 131 organizações no ano 2005.	Informação indicativa, qualitativa e quantitativa do capital social tem associação negativa e significativa com a assimetria da informação. Informação de capital humano não se apresenta significativo. Maior informação indicativa e qualitativa que quantitativa. Maior informação quantitativa (combinada) apresenta influência significativa na diminuição da assimetria da informação. A dimensão da organização reduz o impacto de determinados atributos de divulgação na assimetria da informação. As pequenas organizações vêm nas páginas *Web* um método eficaz e económico para informar o mercado, nomeadamente os investidores. Organizações maiores complementam a divulgação na *Web* com outros canais.
Sousa (2009)	Analisar as práticas de divulgação de informação do capital intelectual nas empresas cotadas na bolsa *Euronext Lisbon*. Analisar os determinantes dessa divulgação.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais de 2008 de 24 organizações cotadas em Portugal e das suas páginas *Web* corporativas. Índice de divulgação baseado em Sveiby (1997)	A divulgação do capital intelectual é superior nos relatórios anuais em relação à divulgação efetuada nas páginas *Web*. O capital humano é o mais divulgado, seguido de capital externo e capital interno, tanto nos relatórios anuais como nas páginas *Web* e em ambos os setores. Existem relações positivas e estatisticamente significativas entre a divulgação de informação nos relatórios anuais e a dimensão das organizações em todas as componentes do capital intelectual. Nas páginas *Web* apenas se encontrou associação de divulgação com o capital interno. A divulgação do capital humano, quer nos relatórios anuais quer nas páginas *Web,* não é influenciada pelo setor de atividade (intensivo em conhecimento *vs* setor tradicional). A divulgação de informação do capital externo e da globalidade do capital intelectual nos relatórios anuais também não é influenciado pelo setor de atividade. Constatou-se que nos casos em que as organizações divulgam menos informação nos relatórios anuais, compensam essa divulgação nas páginas *Web*. Há, por isso, uso complementar de ambas as fontes de dados.

Autor	Objetivo	Metodologia e amostra	Principais conclusões
Chander e Mehra (2010)	Analise às práticas de divulgação voluntária dos ativos intangíveis.	Análise de conteúdo sos relatórios anuais de 50 organizações da indústria farmacêutica da Índia, nos anos 2007-2008. Quadro metodológico de Sveiby (1997) e Guthrie e Petty (2000).	A divulgação quantitativa apresenta-se superior à qualitativa. O capital humano foi a categoria mais divulgada (37%), seguida do capital externo (33%) e do capital interno (30%).
Bezhani (2010)	Analisar a extensão e natureza da divulgação voluntária do capital intelectual em universidade do Reino Unido; a relação entre o desempenho e quantidade de divulgação do capital intelectual e a verificação da divulgação obrigatória.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais de 30 universidades no Reino Unido. Questionário *online* acerca de declarações de capital intelectual e relatórios obrigatórios de capital intelectual pelas universidades.	A divulgação do capital intelectual nos relatórios anuais das universidades do Reino Unido é de 72%. A divulgação existente é na forma discursiva. A categoria de pesquisa é a mais divulgada (37%), seguida de capital relacional (18%) e do capital humano (15%). O capital estrutural apenas é divulgado em 9% de incidências, assim como a categoria de educação.
Yi e Davey (2010)	Analisar a qualidade e extensão da divulgação do capital intelectual em organizações chinesas.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais de 2006 de 49 organizações chinesas. Índice de divulgação baseado em Schneider e Samkin (2008).	A divulgação do capital intelectual em termos qualitativos é maior no capital humano (48%), seguido do capital externo (44%) e do capital interno (40%). Em termos e frequência de divulgação, o capital externo é o mais divulgado (46%), seguido do capital interno (30%) e do capital humano (24%). Há, no entanto, maior presença de informação qualitativa ou discursiva que quantitativa ou numérica.
White *et al.* (2010)	Comparar a natureza e a extensão da divulgação voluntária do capital intelectual por organizações de biotecnologia na Austrália e no Reino Unido. Análise à influência da alavancagem, do país e da dimensão na natureza e extensão da divulgação.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais e DF de 156 organizações de biotecnologia. Índice de divulgação constituído por 78 *itens* agrupado nas categorias: clientes, empregados, tecnologias, estratégia, investigação e desenvolvimento e processos.	O efeito alavancagem foi significativo para explicar a natureza da divulgação entre organizações de biotecnologia australianas e do Reino Unido: a divulgação voluntária do capital cliente foi superior nos relatórios anuais das organizações australianas com maior alavancagem. As entidades do Reino Unido apresentam maior média de divulgação do índice de I&D nas empresas menos alavancadas. A extensão da divulgação apresenta significativas diferenças entre os dois países e com a variável dimensão, como *proxy* da visibilidade política. As variáveis dimensão e país tiveram significância estatística para a divulgação do capital humano e do capital processos.

Autor	Objetivo	Metodologia e amostra	Principais conclusões
Dammak *et al.* (2010)	Analisar a divulgação do capital intelectual em 4 componentes: capital humano, capital relacional, capital organizacional e capital competitivo. Analisar o vocabulário dos relatórios anuais para criar uma escala de mensuração da divulgação do capital intelectual.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais de 71 organizações multinacionais de vários setores em diferentes países para identificar uma lista de *itens* de capital intelectual. Seleção de 72 *itens* de divulgação.	Foi encontrado um instrumento para medir a divulgação voluntária do capital intelectual. Foram encontrados 6 constructos: capital formação; capital recrutamento; capital relacional; capital processo; capital conhecimento e capital risco/ concorrência.
Oliveira *et al.* (2010a)	Analisar o nível, o padrão e os determinantes da divulgação voluntária do capital intelectual nos Relatórios de sustentabilidade.	Análise de conteúdo aos Relatórios de sustentabilidade de 42 organizações portuguesas no ano 2006. Índice de divulgação com 88 *itens* de capital intelectual, baseado nos estudos de Bukh *et al.* (2005), García-Meca *et al.* (2005) e Singh e Van der Zahn (2008).	O índice de divulgação, composto por 6 categorias: estratégia (21 *itens*); processos (11 *itens*); inovação e I&D (8 *itens*); clientes (14 *itens*) e capital humano (29 *itens*). A divulgação do capital intelectual varia entre 31% e 67% por organização. Os principais *itens* de divulgação são acerca de estratégia (CE), processo (CE) e capital humano. A divulgação do capital intelectual nos Relatórios de sustentabilidade não varia em função da dimensão da organização nem da indústria (intensiva em intangíveis *vs* não intensiva em intangíveis).
Campbell e Rahman (2010)	Analisar a alteração da divulgação do capital intelectual nos relatórios anuais ao longo de 3 décadas, a fim de analisar a alteração da importância de ativos fixos para uma era em que o capital intelectual é a base de criação de valor das organizações.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais da Marks & Spencer ao longo de 31 anos (1978 a 2008). 87 *itens* de divulgação em 17 subcategorias de capital humano, capital estrutural e capital relacional.	Aumento da importância do capital intelectual, nomeadamente no capital relacional, sendo este o mais divulgado (61%), seguido do capital humano (27%) e do capital estrutural (12%). Em praticamente todos os anos analisados, o capital relacional foi a categoria com maior volume e frequência de divulgação. Verificou-se um aumento da exposição narrativa (em vez de informação quantitativa) e diminuiu a informação factual (em oposição à emissão de opiniões e julgamentos). Há maior informação voluntária, ambígua e complexa.
Lee e Guthrie (2010)	Descrever um método de pesquisa e análise do capital intelectual e seus fluxos num mercado de rede.	Análise de conteúdo a relatórios de analistas de 156 organizações do setor das tecnologias de informação de 2001 a 2004. Classificação do capital intelectual adaptado de Guthrie e Petty (2000). Modelo baseado em Ghosh e Wu (2007).	O *item* mais exposto no âmbito do capital interno é o das tecnologias de informação, quanto ao capital humano está o dinamismo da gestão e no capital externo as *joint ventures*. O capital humano e o capital relacional têm associação positiva e estatisticamente significativa com Q Tobin, ROI e I&D. O capital estrutural tem associação negativa com Q Tobin e positiva com ROI e I&D, todas estatisticamente significativas.

Autor	Objetivo	Metodologia e amostra	Principais conclusões
Huang *et al.* (2010)	Analisar a extensão e natureza da informação do capital humano e a discrepância entre a informação nos relatórios anuais e a importância que é atribuída por analistas financeiros para as suas decisões de investimento.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais de 100 organizações da Malásia de vários setores e entrevistas a analistas financeiros.	As informações de capital humano são poucas e, muitas vezes, cingem-se a informações acerca de diretores e de natureza mais qualitativa que quantitativa. Os analistas têm que obter informações relevantes em outras fontes de informação.
Costa (2010)	Analisar o nível de divulgação voluntária sobre o capital intelectual e os fatores associados à divulgação voluntária dessa informação na carta do presidente, incluída no relatório e contas.	Análise de conteúdo às cartas do presidente contidas nos relatórios de uma amostra de organizações cotadas na bolsa de Lisboa, nos anos 2006, 2007 e 2008. Índice de divulgação.	O valor médio de divulgação do capital intelectual na carta do presidente é de 35% . A dimensão, a rendibilidade e o facto de a organização estar cotada em mercado regulamentado revelam-se fatores explicativos da divulgação voluntária do capital intelectual. Verificou-se um aumento significativo no índice de divulgação no ano 2008.
Ollier *et al.* (2010)	Analisar a adoção em França das normas IFRS dos ativos intangíveis. Evidenciar as consequências da mudança obrigatória do referencial contabilístico em relação aos intangíveis.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais de 2004 e 2005 de 83 organizações francesas.	Verificada uma mudança significativa na rácio do peso do *goodwill* sobre os ativos intangíveis e imobilizações incorpóreas sobre ativos intangíveis entre os dois períodos considerados. Nos restantes indicadores foi verificada uma inércia relativamente à adoção das IFRS em França.
Khan e Ali (2010)	Analisar a divulgação do capital intelectual em bancos comerciais no Bangladesh e a perceção dos *stakeholders* em relação a tal divulgação.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais de 20 instituições bancárias comerciais no ano 2007-2008. Questionário a um leque de *stakeholders* acerca da perceção das práticas de divulgação. Quadro metodológico baseado em Sveiby (1997), modificado por Guthrie e Petty (2000).	Não é demonstrada grande preocupação na divulgação voluntária do capital intelectual por parte das instituições bancárias (divulgação de 29,28%). Maior frequência de divulgação de elementos do capital humano (65%) seguido do capital externo (20,8%) e, por fim, do capital interno (14,2%). Maior divulgação qualitativa que quantitativa. Os *stakeholders* demonstram maior expetativa na divulgação do que a que é realmente efetuada, nomeadamente em relação ao capital humano.
Halim (2010)	Analisar a correlação entre os indicadores de divulgação do capital intelectual nos modelos de ICS *Germany* e *InCaS (made in Europe)*.	Modelo de equações estruturais e análise de sensibilidade usada para mensurar correlação dessas categorias com os seus indicadores.	Dos 15 indicadores, 14 têm uma correlação forte com as suas respetivas categorias, ou seja, a correlação entre CH e CE é 0.88, entre CE e CR é de 0.87 e CH e CR é de 0.81.

Autor	Objetivo	Metodologia e amostra	Principais conclusões
Abeysekera (2010)	Analisar o efeito da dimensão do conselho de administração em 6 aspetos de divulgação do capital intelectual: interno - tático; interno - estratégico; externo - tático; externo - estratégico; humano - tático e humano – estratégico.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais de 52 organizações quenianas em 2002 e 2003. 6 índices de divulgação. Dimensão do conselho de administração medido como 1 - nº de administradores no conselho de administração entre 5 e 14 e 0 – outros. Medidas dos 6 aspetos de capital intelectual: 1 – acima da média; 0 – inferior ou igual.	As organizações analisadas com maior número de administradores divulgam significativamente mais capital interno - tático e capital humano - estratégico. A dimensão da organização (variável controlo), tem influência positiva com todos os índices de divulgação, não se apresentando estatisticamente significativo nos aspetos interno - tático e externo - estratégico. A indústria, o número de diretores independentes no conselho de administração e o número de diretores independentes no comité de auditoria (variáveis controlo) não se apresentam significativas com nenhum dos aspetos analisados de divulgação do capital intelectual. Em todos os índices analisados verificou-se um aumento de divulgação do capital intelectual, sendo apenas significativo no capital humano - estratégico.
Khan e Khan (2010)	Analisar a extensão da divulgação do capital humano nos relatórios anuais de grandes organizações no Bangladesh.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais de 32 organizações dos setores de manufatura e serviços, cotadas na Bolsa do Bangladesh nos anos 2007-2008; 2008-2009 e 2009-2010.	A divulgação do capital humano aumentou muito significativamente no ano 2009-2010. Os *itens* mais divulgados são: experiência dos colaboradores; benefícios dos empregados; âmbito das formações e participação dos colaboradores e oportunidades de desenvolvimento na carreira. O setor bancário é o que divulga mais informação do capital humano, seguido do setor das tecnologias da informação e farmacêutico.
Lee (2010)	Analisar as práticas de divulgação de recursos humanos em organizações na Malásia.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais de 581 organizações cotadas na bolsa da Malásia em 2007.	As divulgações de *itens* de recursos humanos diferem entre setores de atividade. Os termos utilizados nas divulgações diferem entre as organizações analisadas. Efeito positivo na divulgação de recursos humanos da dimensão das organizações e cotação bolsista das organizações. O tipo de indústria não se apresentou significativo para explicar a divulgação do capital humano nos relatórios anuais.
Vafaei *et al.* (2011)	Analisar se a divulgação do capital intelectual nas sociedades cotadas tem relevo em termos de valorização de mercado após adoção das IFRS.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais de uma amostra de 220 grandes empresas do Reino Unido, Austrália, Hong Kong e Singapura, no ano 2005-2006, agrupadas separadamente por setor tradicional e não tradicional. Abordagem de Brüggen *et al.* (2009).	A divulgação do capital intelectual está positivamente associado ao preço de mercado das ações em dois dos quatro países analisados e em indústrias não tradicionais. O capital estrutural é o mais frequentemente divulgado nos quatro países e nas duas indústrias, o qual é feito em termos de divulgação em contexto legal (patentes, marcas, *copyrights*, licenças). O capital humano não é divulgado em Hong Kong e é pouco divulgado nos restantes países. O capital relacional não é divulgado, exceto na Austrália.

Autor	Objetivo	Metodologia e amostra	Principais conclusões
See e Rashid (2011)	Analisar variáveis que contribuam para o baixo nível de divulgação de informação do capital intelectual nos prospetos IPO.	Análise de conteúdo aos relatórios IPO entre 2004 e 2008 de 112 empresas da bolsa da Malásia. Índice de divulgação baseado em Bukh *et al* (2005); Cordazzo (2007) e Singh e Van ser Zahn (2007).	A dimensão do conselho de administração, a existência de administradores independentes, a alavancagem e indicadores específicos das entidades emitentes (*listing board*) afetam significativamente a extensão da não divulgação do capital intelectual nos prospetos IPO das organizações. Não foi encontrada associação entre a diversidade do conselho de administração, a idade, a dimensãoo e tipo de auditor. A não divulgação de informação do capital intelectual diminuiu aos longo dos 5 anos analisados, ou seja, verificou-se um reforço da transparência pelo aumento da divulgação de informação ao mercado.
Singh e Kansal (2011)	Analisar a divulgação do capital intelectual entre organizações da indústria farmacêutica indiana. Analisa a divulgação do capital intelectual com a valorização monetária do capital intelectual.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais de 20 organizações da indústria farmacêutica no ano 2009 na Índia. Valorização do capital intelectual como o valor de mercado menos o valor contabilístico (*goodwill*), baseado em Whiting e Miller (2008). Índice de divulgação baseado em Yi e Davey (2010).	A divulgação do capital intelectual é baixa (18,35%) e narrativa e varia entre as organizações. O capital externo é a categoria mais divulgada (18,78%), seguida do capital humano (14%), ativos de infraestrutura interna (13%) e capital organizacional (interno) com 11,33%. As marcas e colaborações de negócios são os *itens* mais divulgados. A correlação entre valorização do capital intelectual e a divulgação do capital intelectual é negativa, fraca e sem significância estatística.
Anam *et al.* (2011)	Analisar a extensão da divulgação do capital intelectual nos relatórios anuais das organizações na Malásia e os seus efeitos na sua capitalização de mercado.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais de 91 organizações cotadas na bolsa da Malásia em 2002 e 2006. Índice de divulgação.	A extensão da divulgação do capital intelectual tem um efeito positivo e significativo na capitalização de mercado. Existe uma associação positiva entre a capitalização de mercado e o capital próprio, o lucro líquido e a dimensão. A divulgação do capital intelectual nos relatórios anuais de 2006 são significativamente superiores à divulgação nos relatórios de 2002, o que denota um aumento na divulgação do capital intelectual ao longo do período analisado.
Abhayawansa (2011)	Analisar que informações do capital intelectual são divulgadas nos relatórios de avaliações de analistas e como é efetuada essa divulgação.	Análise de conteúdo aos relatórios dos analistas no *consumer discretionary sector*, na Austrália. Metodologia baseada em Beattie *et al.* (2004) e Beattie e Thomson (2007).	O capital relacional é o mais divulgado nos relatórios dos analistas, com 71% da divulgação de capital intelectual, seguido do capital estrutural, com 16% e o capital humano com 13%. Maior divulgação de informação discursiva (77%). A informação não monetária tem maior divulgação, seguida de informação monetária e, por fim, informação visual. Informação positiva é a mais divulgada, seguida de informação neutral e uma pequena divulgação de informação negativa. Informação sem referência específica ao tempo é a mais divulgada, seguida de informação voltada para o futuro e informação orientada para o passado.

Autor	Objetivo	Metodologia e amostra	Principais conclusões
Yusoff e Lim (2011)	Analisar o nível dos recursos de capital intelectual divulgados nos relatórios anuais.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais de 85 organizações do setor tradicional da economia na Malásia, nos anos 2003-2008. O setor foi dividido em 3 indústrias.	A divulgação do capital intelectual aumentou no período analisado cerca de 1% a 2%. Há diferenças na divulgação entre indústrias e dentro da mesma indústria entre organizações, o que denota uma elevada inconsistência na divulgação. Divulgação mais qualitativa que quantitativa. Deficiente divulgação nos relatórios tradicionais para fornecerem informação completa e diminuir a assimetria da informação.
Hsu e Chang (2011)	Analisar a relação entre divulgação do capital intelectual e assimetria da informação em organizações do setor de alta tecnologia na Tailândia.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais de 99 organizações de alta tecnologia no ano 2002. Índice de divulgação composto por 17 *itens*. Baseado no quadro de Edvinsson e Malone (1997)	A informação voluntária do capital intelectual facilita o processo de previsão dos analistas. As organizações que divulgam voluntariamente informação sobre o capital intelectual diminuem o risco de informação e de incerteza.
Ousama *et al.* (2011)	Análise à perceção dos preparadores e utilizadores da informação do capital intelectual nos relatórios anuais.	Questionário a preparadores, analistas, bancos e utilizadores de informação de capital intelectual. Recolha de 132 questionários.	É unânime a utilização da informação do capital intelectual nas decisões de cada um dos utilizadores. Foi constatada uma diferença na perceção de utilização da informação por preparadores (diretores financeiros e contabilistas) e utilizadores (analistas, credores, bancos). A perceção da utilidade da informação é superior no capital relacional seguido do capital estrutural e, por fim, do capital humano.
Hidalgo *et al.* (2011)	Analisar de que forma mecanismos internos de governo das sociedades influenciam a divulgação voluntária de intangíveis.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais de 100 organizações mexicanas num período de 3 anos (2005-2007). Índice de divulgação composto por 58 *itens* de divulgação, classificado em 3 categorias: capital humano, capital estrutural e capital relacional, baseado nos estudos de García-Meca *et al.* (2005) e Bukh *et al.* (2001).	Uma maior concentração da propriedade em investidores institucionais parece diminuir a divulgação voluntária de intangíveis, muito embora não se comprove significância para esta constatação. Um aumento do número de membros no conselho de administração até 15, tem uma influência benéfica na divulgação de intangíveis, sendo que, a partir desta barreira o efeito é inverso. A dimensão da organização influencia positiva e significativamente a divulgação do capital intelectual. A rendibilidade não tem qualquer impacto na divulgação voluntária. A indústria alimentar é a única que se apresenta com associação positiva e significativa com a divulgação voluntária do capital intelectual. No ano 2007 a divulgação foi superior a 2005 e 2006.

Autor	Objetivo	Metodologia e amostra	Principais conclusões
Whiting e Woodcock (2011)	Analisar a divulgação voluntária do capital intelectual em organizações australianas e a influência de determinadas caraterísticas nessa divulgação.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais de 70 organizações australianas no ano 2006. Adaptação do quadro de Guthrie *et al*. (2004).	As organizações australianas fornecem pouca informação do capital intelectual (22%). O capital externo foi o mais frequentemente divulgado, seguido do capital interno e do capital humano. As organizações de alta tecnologia divulgaram uma média de 25% e baixa tecnologia 19%. Maior divulgação em termos qualitativos e mais nas indústrias de alta tecnologia. Existe uma relação positiva entre a divulgação do capital intelectual e o tipo de indústria (intensiva em conhecimento) e o tipo de auditor (*Big4*).
Lee e Whiting (2011)	Analisa a associação entre divulgação do capital intelectual e o custo de capital (custo de capital próprio e custo de dívida).	Análise de conteúdo aos relatórios anuais de 70 organizações australianas no ano 2008. Quadro metodológico adaptado de Guthrie *et al.* (2004), com 18 atributos em 3 categorias.	A divulgação do capital humano tem um impacto significativo na redução do custo de capital. Não foi confirmada associação entre divulgação do capital intelectual e os custos de capital. Não foi igualmente confirmado o efeito da intensidade tecnológica (variável indústria) na relação entre o nível de divulgação do capital intelectual e o custo de capital.
An *et al.* (2011)	Analisa os efeitos da indústria, dimensão e desempenho na qualidade da divulgação do capital intelectual.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais de 49 organizações chinesas. Baseado em estudo de Yi e Davey (2010).	O tipo de indústria (Indústria/Serviços) não afeta as práticas de divulgação do capital intelectual. As maiores organizações divulgam mais que as organizações pequenas. Existe uma associação positiva entre desempenho corporativo e divulgação do capital intelectual.
Branco *et al.* (2011)	Comparar a divulgação do capital intelectual nos relatórios anuais e nas páginas *Web* e analisar os determinantes dessa divulgação.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais de 2008 de 24 organizações e as suas correspondentes páginas *Web*, analisadas em 2009. Seleção de 12 organizações portuguesas de setores intensivos em capital intelectual e 12 em setores tradicionais. Índice de divulgação baseado em Guthrie e Petty (2000).	É atribuída maior importância à divulgação na *internet* do que nos relatórios anuais, tanto nos setores intensivos em conhecimento como nos setores tradicionais. Há, no entanto, maior divulgação nos setores intensivos em conhecimento. Nos relatórios anuais há maior divulgação do capital humano (51,4%), seguido do capital relacional (26,6%) e do capital estrutural (9,3%). Na *internet* há maior divulgação do capital relacional (46,3%), seguido do capital humano (42,4%) e do capital estrutural (32,4%). As organizações de maior dimensão apresentam maiores níveis de divulgação do capital intelectual do que as de pequena dimensão. As organizações parecem fazer uso dos relatórios anuais e das páginas *Web* de forma complementar para a divulgação de informação sobre o capital intelectual.

Autor	Objetivo	Metodologia e amostra	Principais conclusões
Abeysekera (2011)	Analisar de que forma o contexto político no Sri Lanka (guerra civil e trégua temporária) influencia a divulgação do capital intelectual de forma narrativa, visual e numérica.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais de 30 organizações em dois períodos diferentes: período de guerra civil (1998-2000) e período de trégua (2002-2004). 45 *Itens* de divulgação. Regressão em painel.	Ausência de divulgação narrativa, visual ou numérica no período de guerra civil. Divulgação apenas narrativa no período de trégua. A dimensão da organização não se mostra associada às estratégias de divulgação do capital intelectual nos dois períodos. A indústria de serviços divulga significativamente menos no período de tréguas que as outras indústrias.
Kang e Gray (2011)	Analisar a variedade (tipo de capital intelectual), natureza (quantitativa ou qualitativa) e extensão (percentagem) da divulgação do capital intelectual nas 200 organizações líderes em mercados emergentes, baseado na sua capitalização de mercado.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais de 2002 e de 2007, de 200 organizações. Índice construído a partir do modelo *Value Chain Scoreboard*™ de Lev (2001).	A maioria das organizações analisadas têm práticas de divulgação voluntária de intangíveis. As entidades divulgam ativos intangíveis na fase de descoberta ou pesquisa e divulgam menos na fase de implementação. Foi encontrada maior divulgação quantitativa (financeira e não financeira) que qualitativa. A variedade, natureza e extensão de divulgação voluntária de ativos intangíveis difere de acordo com o normativo contabilístico adotado e de acordo com a indústria e não varia com a dimensão. A divulgação de informação narrativa aumentou em 2007, no entanto, as divulgações voluntárias em geral mantiveram os níveis de 2002.
Bhasin (2011)	Analisar a extensão da divulgação do capital intelectual em organizações indianas de tecnologias da informação.	Análise de conteúdo a 16 grandes organizações indianas de tecnologias da informação. Adaptação do quadro de Bontis (2003).	Apenas 46% dos *itens* totais de divulgação foram divulgados nos relatórios anuais das organizações analisadas. O termo mais divulgado foi "direitos de propriedade intelectual", seguido de "sistemas de informação". A divulgação é mais discursiva que numérica.
Schiemann *et al.* (2011)	Analisar a divulgação voluntária do capital intelectual em apresentações a analistas e investidores. Através de índices quantitativos e qualitativos pretende-se determinar a influência do tempo, da indústria e do tipo de apresentação na divulgação voluntária do capital intelectual.	Análise a meios adicionais de emissão de informação sob a forma de *roadshows* e conferências a analistas e investidores de 30 organizações alemãs nos anos 2001, 2003, 2005 e 2007. Índice de divulgação quantitativa baseado em García-Meca *et al.* (2005) e índice de divulgação qualitativa baseado em Boesso e Kumar (2007).	Verificou-se uma forte influência da indústria e do tipo de apresentação na divulgação voluntária do capital intelectual. O tempo de divulgação apresenta uma associação fraca. A divulgação do capital intelectual é superior em conferências a investidores que em *roadshows*. Há uma maior divulgação de informação qualitativa relativamente à informação quantitativa, tendo esta uma cuidadosa divulgação, o que sugere uma associação custo-benefício negativa. Há uma maior divulgação do capital cliente, seguida do capital processo e do capital humano. O capital inovação, o capital fornecedor e o capital localização apresentam-se com menor divulgação.

Autor	Objetivo	Metodologia e amostra	Principais conclusões
Taliyang e Jusop, 2011	Analisar a extensão da divulgação do capital intelectual e a relação entre essa divulgação e variáveis de governo das sociedades.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais de 2009 de 150 organizações cotadas na bolsa da Malásia. Índice de divulgação baseado em Bontis (2003) e Vergauwen e van Alem (2005).	A divulgação do capital intelectual nos relatórios anuais é efetuada em 72,67% das empresas cotadas na bolsa da Malásia. A extensão de divulgação nessas organizações é de apenas 3,45%. As empresas reconhecem a importância da divulgação do capital intelectual, no entanto, não estão seguras de como o mensurar e divulgar. O capital estrutural é o componente mais divulgado, seguida do capital relacional e do capital humano. De entre as cinco indústrias analisadas, a indústria financeira e das tecnologias da informação apresentaram maior divulgação em relação à efetuada pelas outras indústrias. Das quatro variáveis de governo das sociedades, apenas a frequência de reuniões do comité de auditoria se apresentou como a que influencia positivamente a divulgação do capital intelectual, não se apresentando significativas as variáveis de proporção de diretores independentes, a dualidade de funções (ditetor e CEO) e a dimensão do comité de auditoria.
Husin *et al.* (2011)	Analisar a extensão da divulgação do capital humano nos relatórios anuais de entidades cotadas na bolsa da Malásia. Encontrar linhas orientadoras para a divulgação do capital humano.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais de 2008 das 100 organizações com maior capitalização na bolsa da Malásia. Quadro metodológico baseado em Sveiby (1997).	Necessidade de encontrar um *framework* de divulgação do capital humano. Foram encontradas diferenças na divulgação do capital humano nos relatórios anuais das organizações na Malásia e outros estudos realizados na Austrália e Sri Lanka. Tais diferenças devem-se a fatores sociais, económicos e políticos. A divulgação do capital humano é mais descritiva que numérica ou monetária. Os *itens* mais divulgados são os que se divulgam no âmbito da norma internacional de benefícios dos empregados.
Mention (2011)	Analisar práticas de divulgação voluntária do capital intelectual pelos principais bancos europeus (em função da sua capitalização de mercado).	Análise de conteúdo aos relatórios anuais dos cinco principais bancos europeus. Análise longitudinal aos anos 2001-2009.	Em termos relativos, o capital relacional é o componente mais divulgado (70,70%), seguido do capital humano (63,27%) e do capital estrutural (48,21%). A divulgação é relativamente alta: cerca de 61% do conjunto dos indicadores são divulgados ao longo dos nove anos de análise. Informação voltada para o futuro é extremamente rara, assim como informação quantitativa (esta abaixo dos 10%). Há um aumento na divulgação no período analisado. O capital humano aumentou cerca de 5% no período analisado, o capital relacional cerca de 8% e o capital estrutural cerca de 10%, o que denota uma maior importância às componentes gestão de processos e cultura corporativa. Nos anos 2004 e 2005 houve um aumento significativo da divulgação voluntária.

Autor	Objetivo	Metodologia e amostra	Principais conclusões
Rashid *et al.* (2012)	Analisar a extensão da divulgação do capital intelectual e os fatores que influenciam a divulgação de informação do capital intelectual em prospetos IPO na Malásia.	Análise de conteúdo a 130 organizações do setor da da indústria tecnológica e industrial cotadas na bolsa da Malásia, com prospetos IPO entre 2004 a 2008.	A divulgação do capital intelectual é relativamente baixa (34,99%, ou 28 *itens* em 84). Informação sobre I&D é a mais frequentemente divulgada, seguida de processos, estratégia, clientes, recursos humanos e TIC. A dimensão da organização não influencia a divulgação do capital intelectual nos prospetos IPO. A dimensão do conselho de administração não influencia a divulgação do capital intelectual quando analisados conjuntamente o setor da indústria tecnológica e o setor industrial, no entanto, tem influência positiva na divulgação se considerado o setor tecnológico individualmente. A existência de diretores independentes não executivos no conselho de administração apresenta-se como determinante da divulgação do capital intelectual apenas no setor industrial (com associação negativa). A idade (medida pela duração entre a fundação da organização e a data do IPO) tem associação negativa com a divulgação do capital intelectual.
Branswijck e Everaert (2012)	Comparar a divulgação do capital intelectual nos prospetos IPO e nos relatórios anuais.	Análise de conteúdo aos relatórios anuais e a prospetos IPO de 55 organizações belgas e holandesas nos anos de 2005 a 2009. Índice de divulgação com 86 *itens*, adaptado de Bukh *et al.* (2005).	A divulgação do capital intelectual é superior nos prospetos IPO (34,59%) do que nos relatórios anuais (25,11%). As organizações com elevada divulgação nos prospetos IPO apresentam igualmente uma elevada divulgação nos relatórios anuais (após IPO). A indústria tem influência na divulgação do capital intelectual. A indústria de bens de consumo e de serviços divulgam significativamente menos. Não há diferenças entre os países analisados. A idade da organização não se apresenta como influenciadora da divulgação do capital intelectual nos relatórios anuais.
Husin *et al.* (2012)	Efetuar uma análise à divulgação (obrigatória e voluntária) do capital intelectual, tanto quantitativa como qualitativa (narrativa, numérica e visual).	Análise de conteúdo aos relatórios anuais de 2008 de 30 grandes empresas públicas da Malásia. Índice de divulgação baseado em Abeysekera (2008), Campbell e Rahman (2010) e Steenkamp (2007).	O capital relacional é o mais divulgado, quer quantitativa quer qualitativamente, seguindo-se o capital humano e, por fim, o capital estrutural. A correlação entre a quantidade de informação e a sua qualidade revela que ambas estão associadas.

Fonte: elaboração própria.

Apêndice IV – Divulgação dos ativos intangíveis – Índice de divulgação

Tipo de informação	Divulgação		Aplicação / Relevância	
	0 - não divulga	1 - divulga	0 - não aplicável	1 - aplicável
Intangíveis gerados internamente				
1 - Vidas úteis finitas (vidas/taxas) ou indefinidas				
2 - Métodos de amortização (vidas finitas)				
3 - Quantia escriturada bruta e amortização acumulada no início e fim período				
4 - Rubrica da demonstração dos resultados com amortização de intangíveis				
5 - Reconciliação da quantia escriturada no início e fim período: 5.1. - Adições (interna/adquiridas/concentração) 5.2. - Classificados como detidos para venda (IFRS 5) 5.3. - Aumentos/diminuições por revalorizações/imparidades registados no capital próprio 5.4. - Perdas por imparidades em resultados 5.5. - Perdas por imparidade revertidas em resultados 5.6. - Amortização no período 5.7. - Diferenças de câmbio no período 5.8. - Outras alterações na quantia escriturada no período				
6 - Informação dos intangíveis com imparidade (IAS 36)				
7 - Informação sobre alterações de estimativas (IAS 8)				
8 - Ativos com vida útil indefinida e razões significativas (§ 90)				
9 - Descrição; quantia escriturada e vida útil de intangíveis materialmente relevantes				
10 - Separação detalhada dos *itens* gerados internamente				
Intangíveis adquiridos				
11 - Vidas úteis finitas (vidas/taxas) ou indefinidas				
12 - Métodos de amortização (vidas finitas)				
13 - Quantia escriturada bruta e amortização acumulada no início e no fim período				
14 - Rubrica da demonstração dos resultados com amortização de intangíveis				
15 - Reconciliação da quantia escriturada no início e fim período: 15.1. - Adições (interna/adquiridas/concentração) 15.2. - Classificados como detidos para venda (IFRS 5) 15.3. - Aumentos/diminuições por revalorizações/imparidades registados no capital próprio 15.4. - Perdas por imparidades em resultados 15.5. - Perdas por imparidade revertidas em resultados 15.6. - Amortização no período 15.7. - Diferenças de câmbio no período 15.8. - Outras alterações na quantia escriturada no período				
16 - Informação dos intangíveis com imparidade (IAS 36)				
17 - Informação sobre alterações de estimativas (IAS 8)				
18 - Ativos com vida útil indefinida e razões significativas (§ 90)				
19 - Descrição; quantia escriturada e vida útil de intangíveis materialmente relevantes				
20 - Intangíveis adquiridos com subsídio do governo: 20.1. - Justo valor inicial 20.2. - Quantia escriturada 20.3. - Modelo de mensuração subsequente				
21 - Intangíveis com titularidade restringida e com garantias				
22 - Quantia de compromissos para aquisição de intangíveis				
23 - Intangíveis mensurados Segundo o modelo de revalorização: 23.1. - Data de revalorização 23.2. - Quantia escriturada revalorizada 23.3. - Quantia escriturada se utilizado o modelo do custo 23.4. – Excedente de revalorização 23.5. - Métodos utilizados na determinação do justo valor				
24 - Quantia de pesquisa e desenvolvimento reconhecida como gasto				
25 - Separação detalhada dos *itens* adquiridos				
Outras informações				
26 - Intangível totalmente amortizado e ainda em uso				
27 - Descrição de intangíveis não reconhecidos por não satisfazerem os critérios de reconhecimento				

Fonte: elaboração própria a partir do IASB, IAS 38 (2004).

Apêndice V – Divulgação dos ativos intangíveis – Matrizes de correlações

Segundo Pestana e Gageiro (2008, p. 490) "o estudo das covariâncias e das correlações lineares entre as variáveis observáveis são de importância central na análise fatorial". Deste modo, apresentamos na tabela A.1 a matriz de correlação entre as variáveis independentes consideradas no estudo à extensão da divulgação de intangíveis, para se analisar a existência de elevados níveis de correlação entre variáveis.

Tabela A.1 - Matriz de correlações (Spearman) das variáveis independentes originais

	ATV	COL	ACS	INT	ROA	ROE	CTI	GCP	DIV	INTS	DCON	PROP	SIBA	NORM
ATV	1													
COL	**0,817 0,000**	1												
ACS	**0,726 0,000**	**0,775 0,000**	1											
INT	**0,683 0,000**	**0,716 0,000**	**0,617 0,000**	1										
ROA	-0,135 0,097	-0,031	-0,048	0,200 0,013	1									
ROE	0,360 0,000	0,373 0,000	0,283 0,000	0,460	**0,683 0,000**	1								
CTI	0,026	0,134 0,098	-0,034	-0,226 0,000	-0,517 0,000	-0,448 0,000	1							
GCP	0,007	0,149	-0,021	-0,220 0,006	-0,397 0,000	0,683 0,000	**0,839 0,000**	1						
DIV	0,166 0,041	0,376 0,000	0,048	0,271 0,001	0,003	0,044	0,270 0,001	0,254 0,002	1					
INTS	0,239 0,003	0,451 0,000	0,226 0,005	0,372 0,000	0,132	0,070	0,285 0,000	0,323 0,000	0,451 0,000	1				
DCON	0,367 0,000	0,407 0,000	0,240 0,003	0,576 0,000	0,202 0,013	0,356 0,000	-0,106	-0,104	0,234 0,004	0,230 0,004	1			
PROP	-0,040	-0,111	-0,135 0,095	-0,159 0,049	-0,286 0,000	-0,237 0,003	0,258 0,001	0,218 0,007	-0,086	-0,012	0,059	1		
SIBA	0,283 0,000	0,306 0,000	0,200 0,013	0,363 0,000	0,210 0,009	0,356 0,000	-0,161 0,047	-0,089	0,100	0,113	0,671 0,000	0,180 0,026	1	
NORM	0,189 0,019	0,070	0,181 0,025	0,068	0,066	0,108	-0,286 0,000	-0,105	-0,621 0,000	-0,021	-0,113	0	0,044	1
	N = 153	N = 153	N = 153	N = 153	N = 153	N = 153	N = 153	N = 153	N = 153	N = 153	N = 153	N = 153	N = 153	N = 153

Tabela A.2 – Matriz de correlações (*Spearman*) das variáveis independentes finais

	DIM	REND	EFI	DIV	INTS	DCON	PROP	SIBA	NORM
DIM	1								
REND	0,155 0,056	1							
EFI	-0,033 0,687	-0,505 0,000	1						
DIVE	0,230 0,004	0,004 0,961	0,275 0,001	1					
INTS	0,381 0,000	0,068 0,401	0,306 0,000	0,410 0,000	1				
DCON	0,426 0,000	0,275 0,001	-0,115 0,158	0,234 0,004	0,230 0,004	1			
PROP	-0,087 0,283	-0,324 0,000	0,249 0,002	-0,086 0,289	-0,020 0,804	0,059 0,470	1		
SIBA	0,277 0,001	0,276 0,001	-0,135 0,096	0,100 0,218	0,113 0,164	0,671 0,000	0,180 0,026	1	
NORM	0,167 0,039	0,085 0,299	-0,203 0,012	-0,621 0,000	-0,037 0,646	-0,113 0,165	0,000 1,000	0,044 0,588	1
	N = 153	N = 153	N = 153	N = 153	N = 153	N = 153	N = 153	N = 153	N = 153

Apêndice VI - Divulgação dos ativos intangíveis – Análise da multicolinearidade

As variáveis independentes deverão ser linearmente independentes, ou seja, não deverá existir multicolinearidade, pois a sua existência afeta negativamente as estimativas da regressão, podendo induzir a conclusões erradas. O programa STATA efetua esse diagnóstico procedendo à eliminação automática das variáveis com dependência linear perfeita, ou seja, se existir elevada multicolinearidade. O teste VIF permite verificar a dependência linear entre variáveis, significando, a sua ausência, que os regressores são perfeitamente ortogonais entre si. Para que isto se verifique, o valor da tolerância não deve aproximar-se muito de zero, valor que significa a existência de elevada multicolinearidade. O valor VIF é o inverso da tolerância e o seu valor quanto mais próximo estiver de zero, menor será a multicolinearidade. O valor máximo considerado como limite da não existência de multicolinearidade é 10, ou seja, o valor de VIF quanto mais perto estiver de zero, menor colinearidade existe (Pestana e Gageiro, 2005).

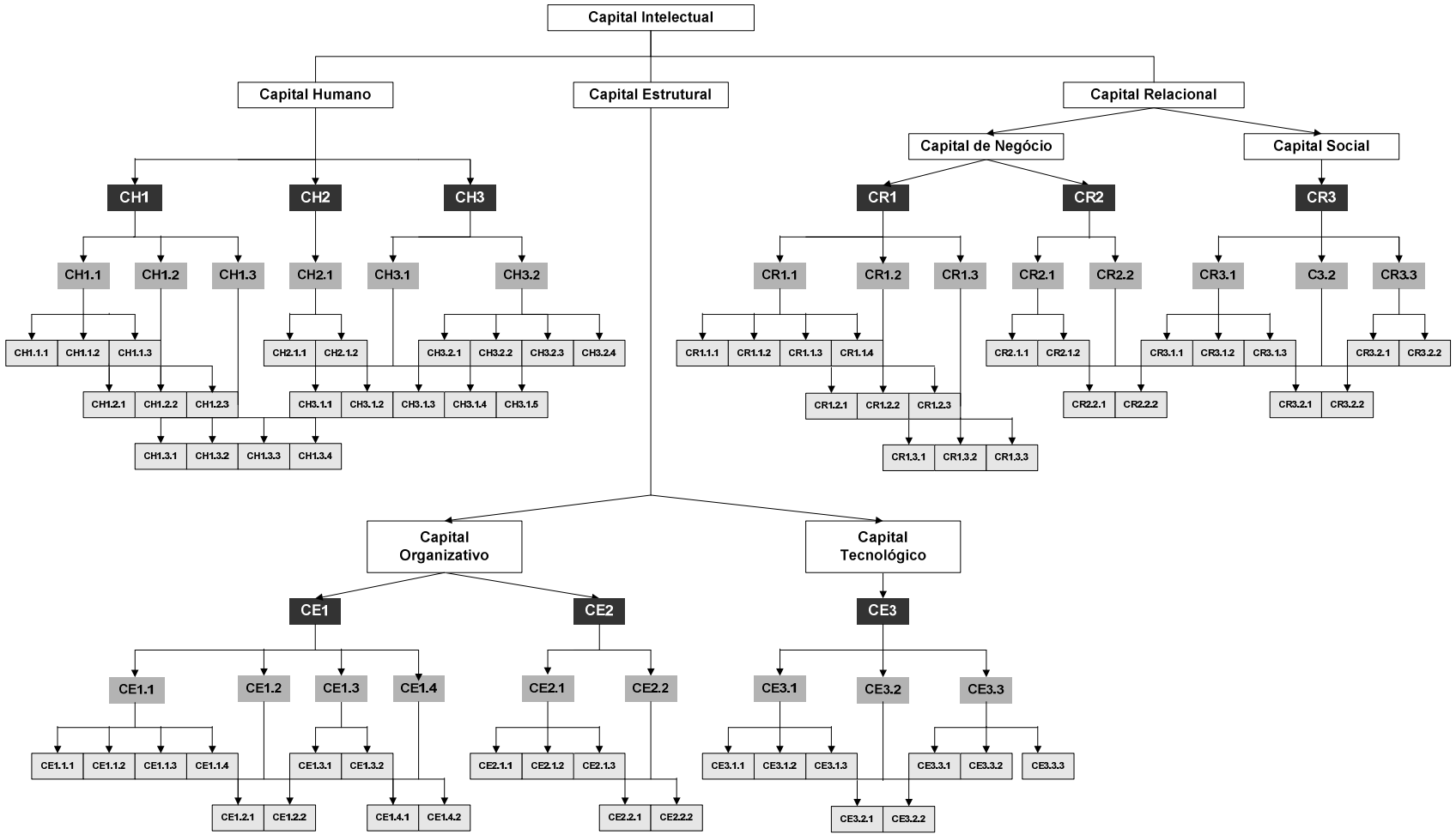
Tabela A.3 - Análise da multicolinearidade

	DIV_T		DIV_{T1}		DIV_{T2}		DIV_{T3}	
Variável	VIF	Tolerância	VIF	Tolerância	VIF	Tolerância	VIF	Tolerância
DIM	1,69	0,5905	1,59	0,6286	1,74	0,5743	1,56	0,6399
REND	1,35	0,7431	1,35	0,7410	1,33	0,7492	1,37	0,7319
EFI	1,56	0,6426	1,67	0,6003	1,62	0,6177	1,52	0,6573
DIVE	2,50	0,4006	2,49	0,4021	2,28	0,4390	2,24	0,4462
INTS	1,15	0,8675	1,15	0,8667	1,16	0,8610	1,22	0,8227
DCON	3,39	0,2948	3,24	0,3083	3,60	0,2780	3,30	0,3032
PROP	1,38	0,7240	1,29	0,7766	1,45	0,6914	1,32	0,7564
SIBA	3,06	0,3264	3,10	0,3227	2,96	0,3377	2,96	0,3376
NORM	2,37	0,4211	2,03	0,4919	2,31	0,4337	3,06	0,3267

	DIV_A		DIV_{A1}		DIV_{A2}	
Variável	VIF	Tolerância	VIF	Tolerância	VIF	Tolerância
DIM	1,55	0,6452	2,45	0,4090	1,56	0,6429
REND	1,33	0,7498	1,59	0,6302	1,33	0,7493
EFI	1,57	0,6381	2,37	0,4213	1,60	0,6235
DIVE	2,24	0,4460	2,09	0,4781	2,18	0,4578
INTS	1,17	0,8576	2,79	0,3587	1,16	0,8640
DCON	3,52	0,2837	5,09	0,1964	3,69	0,2712
PROP	1,36	0,7328	3,87	0,2582	1,37	0,7295
SIBA	2,96	0,3374	5,94	0,1683	3,01	0,3317
NORM	2,00	0,5001	2,15	0,4641	2,05	0,4880

Os valores VIF e tolerância apresentados permitem-nos concluir não existir multicolinearidade pois, o valor máximo obtido no VIF é 5.94 (obtido na variável SIBA) e o valor máximo de tolerância é de 0.8675 (obtido na variável intensidade).

Apêndice VII – Divulgação do capital intelectual - Modelo do estudo



Fonte: elaboração própria a partir de CIC-IADE, Documentos Intellectus (2001-2003).

Apêndice VIII – Divulgação do capital intelectual - Índice de divulgação

Elementos CH (3)	Variáveis (6)	Indicadores de divulgação (21):	Relatórios anuais	Paginas W*eb*
CH1 - Competências profissionais	CH1.1 – Colaboradores qualificados	CH1.1.1 – N.º de colaboradores por categoria de qualificação CH1.1.2 – N.º de colaboradores por habilitação literária CH1.1.3 – N.º de colaboradores qualificados por escalão salarial	1 – Divulga 0 - Não divulga	1 – Divulga 0 - Não divulga
	CH1.2 - Formação contínua	CH1.2.1 – N.º de horas de ações de formação CH1.2.2 – Âmbito das ações de formação realizadas CH1.2.3 – N.º de colaboradores em ações de formação	1 – Divulga 0 - Não divulga	1 – Divulga 0 - Não divulga
	CH1.3 - Contrato	CH1.3.1 – N.º de admissões por competências CH1.3.2 – N.º de colaboradores com contrato de trabalho dependente CH1.3.3 – N.º de colaboradores em regime de trabalho a tempo parcial CH1.3.4 – N.º de colaboradores em regime de estágio	1 – Divulga 0 - Não divulga	1 – Divulga 0 - Não divulga
CH2 – Competências sociais	CH2.1 – Atividades socioculturais	CH2.1.1 – Atividades socioculturais internas CH2.1.2 – Atividades socioculturais envolvendo a sociedade civil	1 – Divulga 0 - Não divulga	1 – Divulga 0 - Não divulga
CH3 - Motivação	CH3.1 – Promoções e incentivos	CH3.1.1 – N.º de colaboradores promovidos no âmbito regional, nacional, internacional CH3.1.2 – Benefícios e recompensas assegurados aos colaboradores da instituição CH3.1.3 – Planos de incentivo para atração e retenção de inovação e talento CH3.1.4 – Planos de pagamento de remuneração variável CH3.1.5 – Planos de estudo da satisfação dos colaboradores (inquéritos de motivação)	1 – Divulga 0 - Não divulga	1 – Divulga 0 - Não divulga
	CH3.2 – Estabilidade	CH3.2.1 – Taxa de rotatividade na organização CH3.2.2 – Taxa de absentismo CH3.2.3 – Idade média dos colaboradores CH3.2.4 - Identificação dos colaboradores por faixa etária	1 – Divulga 0 - Não divulga	1 – Divulga 0 - Não divulga

	Elementos CE (3)	Variáveis (9)	Indicadores de divulgação (24):	Relatórios anuais	Paginas W*eb*
Capital Organizativo	CE1 – Cultura corporativa	CE1.1 – Missão e objetivos estratégicos	CE1.1.1 - Divulgação da missão e objetivos estratégicos CE1.1.2 – Descrição da estrutura funcional da organização CE1.1.3 – Processos das melhores práticas existentes CE1.1.4 – Existência de códigos de conduta, declarações de princípios ou de missão	1 – Divulga 0 - Não divulga	1 – Divulga 0 - Não divulga
		CE1.2 – Objetivos operacionais	CE1.2.1 - Definição de sistemas de gestão por objetivos CE1.2.2 – Existência de sistemas de avaliação de desempenho CE1.2.3 - Informação acerca dos indicadores de desempenho	1 – Divulga 0 - Não divulga	1 – Divulga 0 - Não divulga
		CE1.3 – Investigação e desenvolvimento	CE1.3.1 – Despesas com Investigação e Desenvolvimento CE1.3.2 – Projetos existentes de Investigação e Desenvolvimento	1 – Divulga 0 - Não divulga	1 – Divulga 0 - Não divulga
		CE1.4 – Reconhecimento	CE1.4.1 - Descrição do âmbito dos prémios recebidos e reconhecimentos formais CE1.4.2 – Quota de mercado	1 – Divulga 0 - Não divulga	1 – Divulga 0 - Não divulga
	CE2 – Cooperação interna e transferência de conhecimento	CE2.1 – Trabalho em equipa e cooperação intradepartamentos	CE2.1.1 – N.º de projetos que foram realizados em equipa CE2.1.2 – Programas e taxa de mobilidade interna e flexibilidade laboral CE2.1.3 – Planos de gestão de competências e desenvolvimento de liderança	1 – Divulga 0 - Não divulga	1 – Divulga 0 - Não divulga
		CE2.2 – Partilha de conhecimento tácito	CE2.2.1 – Atividades informais de partilha de conhecimento CE2.2.2 – Projetos lúdicos relacionados com a gestão do conhecimento	1 – Divulga 0 - Não divulga	1 – Divulga 0 - Não divulga
Tecnológico	CE3 – Tecnologias da informação e conhecimento explícito	CE3.1 – Sistemas internos de comunicação e controlo	CE3.1.1 – Canais de comunicação interna existentes CE3.1.2 – Canais de comunicação externa existentes CE3.1.3 – Sistemas de auditoria e controlo interno	1 – Divulga 0 - Não divulga	1 – Divulga 0 - Não divulga
		CE3.2 – Sistemas internos de armazenamento	CE3.2.1 – Tecnologias de informação e comunicação existentes CE3.2.2 – T.I.C. a ser aplicadas ou em desenvolvimento	1 – Divulga 0 - Não divulga	1 – Divulga 0 - Não divulga
		CE3.3 – Avaliação da qualidade	CE3.3.1 – Certificações obtidas CE3.3.2 – Metodologias e resultados de avaliação interna da qualidade do produto / serviço CE3.3.3 – Resultados da avaliação externa da qualidade do produto / serviço	1 – Divulga 0 - Não divulga	1 – Divulga 0 - Não divulga

	Elementos CR (3)	Variáveis (8)	Indicadores de divulgação (21):	Relatórios anuais	Paginas W*eb*
Capital de negócio	CR1 – Relações com clientes	CR1.1 – Acessibilidade e apoio ao cliente	CR1.1.1 – N.º de balcões / agências e sua localização CR1.1.2 – Canais de atendimento *online* CR1.1.3 – Outros canais de comunicação e atendimento CR1.1.4 - Soluções de produtos / serviços ao cliente	1 – Divulga 0 - Não divulga	1 – Divulga 0 - Não divulga
		CR1.2 – Relações do Grupo	CR1.2.1 - Países onde opera o Grupo CR1.2.2 – Oferta de produtos de empresas do Grupo CR1.2.3 - Alianças estratégicas do Grupo	1 – Divulga 0 - Não divulga	1 – Divulga 0 - Não divulga
		CR1.3 – Satisfação do cliente	CR1.3.1 – N.º de clientes CR1.3.2 – Informação acerca de sistemas de tratamento de sugestões e reclamações CR1.3.3 – Processos de medição da satisfação do cliente	1 – Divulga 0 - Não divulga	1 – Divulga 0 - Não divulga
	CR2 – Relações com investidores	CR2.1 – Informação voltada para o futuro	CR 2.1.1 - Informação sobre crescimento da organização CR 2.1.2 - Informação acerca de projetos futuros	1 – Divulga 0 - Não divulga	1 – Divulga 0 - Não divulga
		CR2.2 – Relevo do investidor	CR2.2.1 - Informação acerca de redes de apoio ao investidor CR2.2.2 - Informação acerca da relação com o investidor	1 – Divulga 0 - Não divulga	1 – Divulga 0 - Não divulga
Sociedade	CR3 – Relações com outros *stakeholders*	CR3.1 – Ações de âmbito social e ambiental	CR3.1.1 - Identificação das organizações e forma de relacionamento CR3.1.2 – Atividades de responsabilidade social e defesa dos direitos humanos CR3.1.3 – Compromissos assumidos com boas práticas ambientais e energéticas	1 – Divulga 0 - Não divulga	1 – Divulga 0 - Não divulga
		CR3.2 – Protocolos e parcerias com outros organismos	CR3.2.1 - Descrição dos organismos com quem mantém parcerias CR3.2.2 – Forma de parceria desenvolvida ou a desenvolver	1 – Divulga 0 - Não divulga	1 – Divulga 0 - Não divulga
		CR3.3 – Outros *stakeholders*	CR3.3.1 - Identificação dos *stakeholders* CR3.3.2 – Formas de comunicação e relacionamento	1 – Divulga 0 - Não divulga	1 – Divulga 0 - Não divulga

Fonte: elaboração própria.

Apêndice IX – Divulgação do capital intelectual – Estudo da normalidade dos dados

Os resultados dos testes de normalidade permitem-nos concluir sobre a aplicação de testes paramétricos ou não paramétricos.

Tabela A.4 - Normalidade das variáveis dependentes

	Capital Intelectual			Capital Humano			Capital Estrutural			Capital Relacional		
	K-S	df	p	*K-S*	df	p	*K-S*	df	p	*K-S*	df	p
Relatórios anuais	0,124	32	0,200	0,187	32	0,006	0,099	32	0,200	0,153	32	0,053
Páginas *Web*	0,234	32	0,000	0,404	32	0,000	0,216	32	0,001	0,112	32	0,200

Os resultados do teste *K-S* aplicado às variáveis dependentes utilizadas permite verificar que, dos resultados dos índices de divulgação nos relatórios anuais, apenas o índice do capital humano não se apresenta com distribuição normal ($p<0,05$). No que respeita à divulgação efetuada nas páginas *Web*, apenas o capital relacional se apresenta com distribuição normal ($p>0,05$), tendo o índice de divulgação do capital intelectual, do capital humano e do capital estrutural dados com distribuição não normal.

Quanto à normalidade nas variáveis independentes,os resultados aparecem revelados nas tabelas A.5 e A.6.

Tabela A.5 - Normalidade das variáveis dimensão

	K-S	df	p
ATV	0,105	32	0,200
COL	0,120	32	0,200
PUB	0,108	32	0,200
ACS	0,097	32	0,200
ANT	0,356	32	0,000
DIM	0,166	32	0,025

As variáveis ATV, COL, PUB e ACS, seguem a distribuição normal ($p>0,05$)[257], apresentando-se os dados da variável ANT com distribuição não normal ($p<0,05$). Estes resultados

[257] A utilização de dados logaritmizados faz com que normalize a distribuição dos dados.

implicariam a utilização do teste de correlação de *Pearson* (paramétrico) para as variáveis que seguem a distribuição normal e o teste de correlação não paramétrico de *Spearman* para a variável ANT, dado a mesma não seguir a distribuição normal. No entanto, tal como definido, sempre que os resultados de ambos os testes não revelem discrepâncias acentuadas, e embora sejam apresentados os resultados de ambos, a interpretação efetua-se sobre os resultados paramétricos. Também a variável DIM apresenta, pelo teste *K-S*, uma distruição de dados não normal (p=0,025).

Tabela A.6 - Normalidade das variáveis governo da sociedade, rendibilidade e eficiência operativa

	K-S	df	p
DCON	0,264	32	0,000
REM	0,138	32	0,123
GSOC	0,176	32	0,013

	K-S	df	p
ROA	0,151	32	0,062
ROE	0,154	32	0,200
REND	0,121	32	0,200

	K-S	df	p
CTI	0,208	32	0,001
GCP	0,208	32	0,001
EFI	0,236	32	0,000

Os resultados da análise à normalidade dos dados das variáveis “dimensão do conselho de administração - DCON” e “remuneração dos órgãos de gestão e fiscalização - REM”, revelam uma distribuição não normal da variável DCON (p=0,000) e uma distribuição normal da variável REM (p=0,123). Estes resultados originariam a aplicação de testes paramétricos para a análise aos dados da variável REM e não paramétricos na variável DCON. No entanto, tal como referido anteriormente, são apresentados os resultados de ambos os testes, interpretando-se os resultados paramétricos sempre que não existam diferenças acentuadas em ambos os resultados. Também a variável final GSOC se apresenta com distribuição não normal (p=0,013), o que nos conduz à apresentação dos resultados dos testes paramétricos e não paramétricos.

A variável de rendibilidade (assim como as variáveis ROA e ROE) apresentam os dados com distribuição normal (p>0,05), pelo que, apenas testes paramétricos serão aplicados nestas variáveis. No que respeita às variáveis de eficiência operativa, a sua distribuição é não normal, sendo, por isso, apresentados os resultados dos testes paramétricos e não paramétricos.

Apêndice X – Divulgação do capital intelectual – Hipóteses de investigação

Hipótese	Formulação	Associação prevista com o índice
H1.1r)	Os bancos de maior dimensão divulgam mais informação voluntária do **capital intelectual** nos **relatórios anuais** do que os bancos de menor dimensão.	Positiva
H1.1w)	Os bancos de maior dimensão divulgam mais informação voluntária do **capital intelectual** nas **páginas *Web*** do que os bancos de menor dimensão.	Positiva
H1.2r)	Os bancos de maior dimensão divulgam mais informação voluntária do **capital humano** nos **relatórios anuais** do que os bancos de menor dimensão.	Positiva
H1.2w)	Os bancos de maior dimensão divulgam mais informação voluntária do **capital humano** nas **páginas *Web*** do que os bancos de menor dimensão.	Positiva
H1.3r)	Os bancos de maior dimensão divulgam mais informação voluntária do **capital estrutural** nos **relatórios anuais** do que os bancos de menor dimensão.	Positiva
H1.3w)	Os bancos de maior dimensão divulgam mais informação voluntária do **capital estrutural** nas **páginas *Web*** do que os bancos de menor dimensão.	Positiva
H1.4r)	Os bancos de maior dimensão divulgam mais informação voluntária do **capital relacional** nos **relatórios anuais** do que os bancos de menor dimensão.	Positiva
H1.4w)	Os bancos de maior dimensão divulgam mais informação voluntária do **capital relacional** nas **páginas *Web*** do que os bancos de menor dimensão.	Positiva
H2.1r)	As medidas de governo da sociedade influenciam a divulgação voluntária do **capital intelectual** nos **relatórios anuais** dos bancos que operam em Portugal.	Positiva
H2.1w)	As medidas de governo da sociedade influenciam a divulgação voluntária do **capital intelectual** nas **páginas *Web*** dos bancos que operam em Portugal.	Positiva
H2.2r)	As medidas de governo da sociedade influenciam a divulgação voluntária do **capital humano** nos **relatórios anuais** dos bancos que operam em Portugal.	Positiva
H2.2w)	As medidas de governo da sociedade influenciam a divulgação voluntária do **capital humano** nas **páginas *Web*** dos bancos que operam em Portugal.	Positiva
H2.3r)	As medidas de governo da sociedade influenciam a divulgação voluntária do **capital estrutural** nos **relatórios anuais** dos bancos que operam em Portugal.	Positiva
H2.3w)	As medidas de governo da sociedade influenciam a divulgação voluntária do **capital estrutural** nas **páginas *Web*** dos bancos que operam em Portugal.	Positiva
H2.4r)	As medidas de governo da sociedade influenciam a divulgação voluntária do **capital relacional** nos **relatórios anuais** dos bancos que operam em Portugal.	Positiva
H2.4w)	As medidas de governo da sociedade influenciam a divulgação voluntária do **capital relacional** nas **páginas *Web*** dos bancos que operam em Portugal.	Positiva
H3.1r)	A divulgação voluntária do **capital intelectual** nos **relatórios anuais** varia com a rendibilidade do banco, ainda que não se preveja com rigor o sentido dessa variação.	Não prevista
H3.1w)	A divulgação voluntária do **capital intelectual** nas **páginas *Web*** varia com a rendibilidade do banco, ainda que não se preveja com rigor o sentido dessa variação.	Não prevista
H3.2r)	A divulgação voluntária do **capital humano** nos **relatórios anuais** varia com a rendibilidade do banco, ainda que não se preveja com rigor o sentido dessa variação.	Não prevista
H3.2w)	A divulgação voluntária do **capital humano** nas **páginas *Web*** varia com a rendibilidade do banco, ainda que não se preveja com rigor o sentido dessa variação.	Não prevista
H3.3r)	A divulgação voluntária do **capital estrutural** nos **relatórios anuais** varia com a rendibilidade do banco, ainda que não se preveja com rigor o sentido dessa variação.	Não prevista
H3.3w)	A divulgação voluntária do **capital estrutural** nas **páginas *Web*** varia com a rendibilidade do banco, ainda que não se preveja com rigor o sentido dessa variação.	Não prevista
H3.4r)	A divulgação voluntária do **capital relacional** nos **relatórios anuais** varia com a rendibilidade do banco, ainda que não se preveja com rigor o sentido dessa variação.	Não prevista
H3.4w)	A divulgação voluntária do **capital relacional** nas **páginas *Web*** varia com a rendibilidade do banco, ainda que não se preveja com rigor o sentido dessa variação.	Não prevista

Hipótese	Formulação	Associação prevista com o índice
H4.1r)	Os bancos que apresentam melhor rácio de eficiência operativa divulgam mais informação voluntária do **capital intelectual** nos **relatórios anuais**.	Negativa
H4.1w)	Os bancos que apresentam melhor rácio de eficiência operativa divulgam mais informação voluntária do **capital intelectual** nas **páginas *Web***.	Negativa
H4.2r)	Os bancos que apresentam melhor rácio de eficiência operativa divulgam mais informação voluntária do **capital humano** nos **relatórios anuais**.	Negativa
H4.2w)	Os bancos que apresentam melhor rácio de eficiência operativa divulgam mais informação voluntária do **capital humano** nas **páginas *Web***.	Negativa
H4.3r)	Os bancos que apresentam melhor rácio de eficiência operativa divulgam mais informação voluntária do **capital estrutural** nos **relatórios anuais**.	Negativa
H4.3w)	Os bancos que apresentam melhor rácio de eficiência operativa divulgam mais informação voluntária do **capital estrutural** nas **páginas *Web***.	Negativa
H4.4r)	Os bancos que apresentam melhor rácio de eficiência operativa divulgam mais informação voluntária do **capital relacional** nos **relatórios anuais**.	Negativa
H4.4w)	Os bancos que apresentam melhor rácio de eficiência operativa divulgam mais informação voluntária do **capital relacional** nas **páginas *Web***.	Negativa
H5.1r)	Os bancos que apresentam melhor rácio de solvabilidade (medida pelo indicador *Tier 1*) divulgam mais informação voluntária do **capital intelectual** nos **relatórios anuais**.	Positiva
H5.1w)	Os bancos que apresentam melhor rácio de solvabilidade (medida pelo indicador *Tier 1*) divulgam mais informação voluntária do **capital intelectual** nas **páginas *Web***.	Positiva
H5.2r)	Os bancos que apresentam melhor rácio de solvabilidade (medida pelo indicador *Tier 1*) divulgam mais informação voluntária do **capital humano** nos **relatórios anuais**.	Positiva
H5.2w)	Os bancos que apresentam melhor rácio de solvabilidade (medida pelo indicador *Tier 1*) divulgam mais informação voluntária do **capital humano** nas **páginas *Web***.	Positiva
H5.3r)	Os bancos que apresentam melhor rácio de solvabilidade (medida pelo indicador *Tier 1*) divulgam mais informação voluntária do **capital estrutural** nos **relatórios anuais**.	Positiva
H5.3w)	Os bancos que apresentam melhor rácio de solvabilidade (medida pelo indicador *Tier 1*) divulgam mais informação voluntária do **capital estrutural** nas **páginas *Web***.	Positiva
H5.4r)	Os bancos que apresentam melhor rácio de solvabilidade (medida pelo indicador *Tier 1*) divulgam mais informação voluntária do **capital relacional** nos **relatórios anuais**.	Positiva
H5.4w)	Os bancos que apresentam melhor rácio de solvabilidade (medida pelo indicador *Tier 1*) divulgam mais informação voluntária do **capital relacional** nas **páginas *Web***.	Positiva

Fonte: elaboração própria.

Apêndice XI – Divulgação do capital intelectual - Matrizes de correlações

Tabela A.7 - Matriz de correlações (*Pearson* e *Spearman*) das variáveis independentes originais

	ATV	COL	PUB	ACS	ANT	DCON	REM	ROA	ROE	CTI	GCP	TIER1
ATV	1	**0,805 0,000**	**0,643 0,000**	**0,694 0,000**	**0,736 0,000**	0,390 0,027	0,565 0,001	-0,356 0,045	-0,191	-0,052	0,075	-0,613 0,000
COL	**0,810 0,000**	1	**0,801 0,000**	**0,726 0,000**	**0,725 0,000**	0,396 0,025	0,509 0,003	-0,246	-0,121	0,102	0,139	-0,686 0,000
PUB	**0,562 0,001**	**0,783 0,000**	1	**0,652 0,000**	**0,570 0,001**	0,472 0,006	0,429 0,014	-0,189	-0,006	0,249	0,191	-0,586 0,000
ACS	**0,666 0,000**	**0 ,806 0,000**	**0,631 0,000**	1	**0,583 0,000**	0,424 0,016	0,490 0,004	-0,330 0,065	-0,245	0,027	0,134	-0,421 0,017
ANT	**0,581 0,000**	**0,625 0,000**	**0,483 0,005**	**0,528 0,002**	1	0,285	0,526 0,002	-0,131	-0,117	-0,113	0,064	-0,485 0,005
DCON	0,472 0,006	0,493 0,004	0,476 0,006	0,442 0,011	0,412 0,019	1	**0,651 0,000**	0,059	0,137	0,040	0,139	-0,230
REM	0,460 0,008	0,469 0,007	0,286	0,386 0,029	0,369 0,037	**0,567 0,001**	1	-0,025	0,024	-0,078	0,209	-0,352 0,048
ROA	-0,289	-0,261	-0,176	-0,193	-0,023	-0,002	0,102	1	**0,822 0,000**	-0,510 0,003	-0,482 0,005	0,301
ROE	-0,128	-0,110	0,064	-0,099	0,061	0,114	0,154	**0,721 0,000**	1	-0,409 0,020	-0,412 0,019	0,070
CTI	-0,194	-0,081	0,145	-0,095	-0,139	-0,093	-0,407 0,021	-0,540 0,001	-0,465 0,007	1	**0,867 0,000**	-0,232
GCP	-0,036	0,038	0,148	0,052	-0,081	0,033	-0,064	-0,446 0,010	-0,428 0,015	**0,831 0,000**	1	-0,303 0,092
TIER1	-0,455 0,009	-0,492 0,004	-0,442 0,011	-0,300 0,095	-0,205	-0,196	-0,123	-0,001	-0,108	0,274	0,189	1
	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32	N = 32

Tabela A.8 - Matriz de correlações (*Pearson* e *Spearman*) das variáveis independentes finais

	Dimensão	G.Sociedade	Rendibilidade	Eficiência	Solvabilidade (TIER 1)
Dimensão	1	0,508 0,003	-0,214 0,239	0,180 0,323	-0,653 0,000
G.Sociedade	0,569 0,001	1	-0,005 0,978	0,107 0,558	-0,300 0,095
Rendibilidade	-0,153 0,402	0,112 0,541	1	-0,427 0,015	0,213 0,242
Eficiência	-0,029 0,875	-0,157 0,391	-0,529 0,002	1	-0,289 0,108
Solvabilidade (TIER 1)	-0,452 0,009	-0,180 0,329	-0,059 0,749	0,242 0,182	1

Apêndice XII – Divulgação do capital intelectual – Estudo da multicolinearidade

Tabela A.9 – Resultados da estatística de mulcolinearidade

CI / CH / CE / CR (relatórios)	Estatíst. Colinearidade	
	Tolerância	VIF
Dimensão	0,495	2,020
Governo sociedade	0,618	1,619
Rendibilidade	0,667	1,500
Eficiência operativa	0,671	1,491
Solvabilidade (TIER 1)	0,724	1,381

CI / CH / CE/ CR (*Web*)	Estatíst. Colinearidade	
	Tolerância	VIF
Dimensão	0,472	2,118
Governo sociedade	0,618	1,618
Rendibilidade	0,656	1,525
Eficiência operativa	0,669	1,494
Solvabilidade (TIER 1)	0,689	1,451

Pelos resultados do teste dos valores de tolerância e VIF, não se deteta a existência de elevada multicolinearidade, pois nenhum dos valores de tolerância é inferior a 0,1, nem nenhum valor de VIF é superior a 10 (Pestana e Gageiro, 2008), o que prova a ausência de multicolinearidade entre as variáveis independentes.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Abdolmohammadi, M. J., 2005. Intellectual capital disclosure and market capitalization. J*ournal of Intellectual Capital*, 6, pp. 397- 416.

Abeysekera, I., 2006a. Intellectual capital. *Financial Management*, março, pp. 38-39.

Abeysekera, I., 2006b. The project of intellectual capital disclosure: researching the research. *Journal of Intellectual Capital*, 7 (1), pp. 61-77.

Abeysekera, I., 2007. Intellectual capital reporting between a developing and developed nation. *Journal of Intellectual Capital*, 8, pp. 329-345.

Abeysekera, I., 2008a. Intellectual capital disclosure trends: Singapore and Sri Lanka. *Journal of Intellectual Capital*, 9, pp. 723-737.

Abeysekera, I., 2008b. Intellectual Intellectual capital practices of firms and the commodification of labour. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 21 (1), pp. 36-48.

Abeysekera, I., 2010. The influence of board size on intellectual capital disclosure by Kenyan listed firms. *Journal of intellectual capital*, 11 (4), pp. 504-518.

Abeysekera, I., 2011. The relation of intellectual capital disclosure strategies and market value in two political settings. *Journal of Intellectual Capital*, 12 (2), pp. 319-338.

Abeysekera, I., Guthrie, J., 2005. An empirical investigation of annual reporting trends of intellectual capital in Sri Lanka. *Critical Perspectives on Accounting*, 16, pp. 151–163.

Abhayawansa, S., 2011. A methodology for investigating intellectual capital information in analyst reports. *Journal of Intellectual Capital*, 12 (3), pp. 446-476.

Abhayawansa, S., Abeysekera, I., 2009. Intellectual capital disclosure from sell-side analyst perspective. *Journal of Intellectual Capital*, 10 (2), pp. 294-306.

Abidin, Z.Z., Kamal, N.M., Jusoff, K., 2009. Board Structure and Corporate in Malaysia. *International Journal of Economics and Finance*, 1 (1), pp. 150-164.

Aboody, D., Kasznik, R., 2000. CEO stock option awards and the timing of corporate voluntary disclosures. *Journal of Accounting and Economics*, 29, pp. 73-100.

Abuzayed, B., Molyneux, P., Al-Fayoumi, N., 2009. Market value, book value and earnings: is bank efficiency a missing link?. *Managerial Finance*, 35 (2), pp. 156-179.

Acemoglu, D., 1998. Credit Market Imperfections and the Separation of Ownership from Control. *Journal of Economic Theory*, 78, pp. 355-381.

Ahmad, F., Abbas, Z., 2011. Role of Firm s level characteristics in determining the capital structure of Banks: Evidence from the Pakistan Banks. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 2 (12), pp. 201-216.

Ahmadi, F., Habibi, F., Khodamoradi, A., 2011. The role of Intellectual Capital on improvement performance of agricultural bank in Iran. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Busness*, 3 (3), pp. 1116-1124.

Akerlof, G.A., 1970. The Market for "Lemons": Quality Uncertainty and the Market Mechanism. *The Quarterly Journal of Economics*, 84 (3), pp. 488-500.

Al- Akra, M., Eddie, I., Ali, E.M., 2010. The association between privatisation and voluntary disclosure: evidence from Jordan. *Accounting and Business Research*, 40 (1), pp. 55–74.

Aljifri, K., Hussainey, K., 2007. The determinants of forward-looking information in annual reports of UAE companies. *Managerial Auditing Journal*, 22 (9), pp. 881-894.

Allepuz, T., 2000. La gestión del capital intelectual: nuevos parámetros de análisis para la economía de la información. Em: VII jornadas españolas de documentación, *La Gestión del conocimiento: retos y soluciones de los profesionales de la información.* Palacio Euskalduna, Universidad del País Vasco, Bilbao, 19-20-21 outubro, pp. 499-505.

Alper, D., Anbar, A., 2011. Bank Specific and Macroeconomic Determinants of Commercial Bank Profitability: Empirical Evidence from Turkey. *Business and Economics Research Journal,* 2 (2), pp. 139-152.

Alves, M.T., 2011. Análise de conteúdo: sua aplicação nas publicações de contabilidade. *Revista Universo Contábil*, 7 (3), pp. 146-166.

An, Y., Davey, H., Eggleton, I., 2011. The Effects of Industry Type, Company Size and Performance on Chinese Companies' IC Disclosure: A Research Note. *Australasian Accounting Business and Finance Journal*, 5 (3), pp. 107-116.

Anam, O.A., Fatima, A.H., Majd, A.R., 2011. Effects of intellectual capital information disclosed in annual reports on market capitalization. Evidence from Bursa Malaysia. *Journal of Human Resource Costing & Accounting*, 15 (2), pp. 85-101.

April, K.A., Bosma, P., Deglon, D.A., 2003. IC measurement and reporting: Establishing a practice in SA mining. *Journal of Intellectual Capital*, 4, pp. 165-180.

Archel, P., Husillos, J., Larrinaga, C., Spence, C., 2009. Social disclosure, legitimacy theory and the role of the state. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 22 (8), pp. 1284-1307.

Arthurs, J.D., Busenitz, L.W., 2003. The Boundaries and Limitations of Agency Theory and Stewardship Theory in the Venture Capitalist/Entrepreneur Relationship. *Entrepreneurship: Theory & Practice,* 28 (2), pp. 145-162.

Ax, C., Marton, J., 2008. Human capital disclosures and management practices. *Journal of Intellectual Capital*, 9 (3), pp. 433-455.

Baele, L., Jonghe, O.D., Vennet, R.V., 2007. Does the stock market value bank diversification?. *Journal of Banking & Finance*, 31, pp. 1999-2023.

Banco de Portugal, 1992. Aviso n.º 12/92, de 22 de dezembro.

Banco de Portugal, 1996. Instrução n.º 4/96, de 17 de junho. Plano de Contas para o Sistema Bancário.

Banco de Portugal, 1996. Instrução n.º 71/96, de 17 de junho. Consolidação de contas.

Banco de Portugal, 2003. Aviso n.º 6/2003, de 7 de janeiro.

Banco de Portugal, 2004. Carta circular n.º 102/04/DSBDR, de 23 de dezembro de 2004. Regras contabilísticas.

Banco de Portugal, 2004. Instrução n.º 16/2004, de 1 de outubro. Divulgação de indicadores de referência**.**

Banco de Portugal, 2004. Instrução n.º 23/2004, de 29 de dezembro. Reporte de informação contabilística, preparada de acordo com as Normas Internacionais de Contabilidade (NIC) e com as Normas de Contabilidade Ajustadas (NCA).

Banco de Portugal, 2005. Aviso n.º 1/2005, de 21 de fevereiro.

Banco de Portugal, 2005. Aviso n.º 13/2005, de 22 de dezembro.

Banco de Portugal, 2005. Aviso n.º 3/2005, de 21 de fevereiro.

Banco de Portugal, 2005. Aviso n.º 4/2005, de 21 de fevereiro.

Banco de Portugal, 2005. Instrução n.º 18/2005 de 15 de junho. Reporte de demonstrações financeiras e outros elementos de prestação de contas de instituições que adotem as NIC e as NCA.

Banco de Portugal, 2006. Aviso n.º 4/2006, de 27 de julho.

Banco de Portugal, 2007. Aviso n.º 11/2007, de 17 de maio.

Banco de Portugal, 2010. Aviso n.º 6/2010, de 30 de dezembro.

Banco de Portugal, 2011. Aviso n.º 3/2011, de 10 de maio.

Banco de Portugal, 2011. Aviso n.º 8/2011, de 18 de outubro.

Barako, D.G., Brown, A.M., 2008. Corporate social reporting and board representation: evidence from the Kenyan banking sector. *Journal of Management and Governance*, 12 (4), pp. 309-324.

Barako, D.G., Hancock, P., Izan, H.Y., 2006. Factors Influencing Voluntary Corporate disclosure by Kenyan Companies. *Corporate Governance: An International Review*, 14 (2), pp. 107-125.

Bardin, L., 1996. *El análisis de contenido*. 2ª edición. Traduzido para espanhol por C. Suarez. Madrid: Ediciones Akal.

Barney, J., 1991. Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17 (1), pp. 99-120.

Basel Committee on Banking Supervision (BCBS), 1988. Basel I: *International Convergence of Capital Measurement and Capital Standards*. Suiça, julho de 1988.

Basel Committee on Banking Supervision (BCBS), 2004. Basel II: *International Convergence of Capital Measurement and Capital Standards*. Suiça, junho de 2004.

Basel Committee on Banking Supervision (BCBS), 2010. Basel III: *International framework for liquidity Risk measurement, standards and monitoring.* Suiça, dezembro de 2010.

Bathala, C.T., Rao, R.P., 1995. The Determinants of Board Composition: An Agency Theory Perspective. *Managerial and Decision Economics*, 16, pp. 59-69.

Baumann, U., Nier, E., 2004. Disclosure, volatility, and transparency: an empirical investigation into the value of bank disclosure. *Economic Policy Review - Federal Reserve Bank of New York*, 10 (2), pp. 31-45.

Beattie, V., Thomson, S.J., 2007. Lifting the lid on the use of content analysis to investigate intellectual capital disclosures. *Accounting Forum*, 31, pp. 129–163.

Beck, A.C., Campbell, D., Shrives, P.J., 2010. Content analysis in environmental reporting research: Enrichment and rehearsal of the method in a British–German context. *The British Accounting Review*, 42, pp. 207–222.

Bejar, Y., 2009. Publication d'informations sur le capital immatériel et attentes des investisseurs: une étude exploratoire par la méthode Delphi. *Comptabilité-Contrôle-Audit*, 2, pp. 165-192.

Belkhir, M., 2009. Board structure, ownership structure and firm performance: evidence from banking. *Applied Financial Economics*, 19, pp. 1581–1593.

Berger, A.N., Hasan, I., Zhou, M., 2009. Bank ownership and efficiency in China: What will happen in the world's largest nation?. *Journal of Banking & Finance*, 33, pp. 113–130.

Bezhani, I., 2010. Intellectual capital reporting at UK universities. *Journal of Intellectual Capital*, 11 (2), pp. 179-207.

Bhasin, M.L., 2011. Disclosure of Intellectual Capital in Annual Reports: An Empirical Study of the Indian IT Corporations. *Modern Economy*, 2, pp. 455-467.

Bilimoria, D., 1989. Corporate Control, Crime, and Compensation: An Analysis of the Consequences of the Separation of Ownership and Control in Large Corporations. *Academy of Management Best Papers Proceedings*, pp. 163-167.

Boesso, G., Kumar, K., 2007. Drivers of corporate voluntary disclosure. A framework and empirical evidence from Italy and the United States. *Accounting, Auditing & Accountability Journal,* 20, pp. 269-296.

Bontis, N., 1998. Intellectual capital: an exploratory study that develops measures and models. *Management Decision*, 36 (2), pp. 63-76.

Bontis, N., 2003. Intellectual Capital Disclosure in Canadian Corporations. *Journal of Human Resource Costing & Accounting*, 7, pp. 9-20.

Bontis, N., Booker, L.D., Serenko, A., 2007. The mediating effect of organizational reputation on customer loyalty and service recommendation in the banking industry. *Management Decision*, 45 (9), pp. 1426-1445.

Botosan, C.A., 1997. Disclosure level and the cost of equity capital. *The Accounting Review*, 72 (3), pp. 323-349.

Bozzolan, S., Favotto, F., Ricceri, F., 2003. Italian annual intellectual capital disclosure: An empirical analysis. *Journal of Intellectual Capital,* 4, pp. 543-558.

Bozzolan, S., O'Regan, P., Ricceri, F., 2006. Intellectual capital disclosure (ICD). A comparison of Italy and the UK. *Journal of Human Resource Costing & Accounting*, 10, pp. 92-113.

Branco, M.C. e Rodrigues, L.L., 2008. Factors Influencing Social Responsibility disclosure by Portuguese Companies. *Journal of Business Ethics*, 83, pp. 685-701.

Branco, M.C., Delgado, C., Sousa, C., Sá, M., 2011. Intellectual capital disclosure media in Portugal. *Corporate Communications: An International Journal*, 16 (1), pp. 38-52.

Branswijck, D., Everaert, P., 2012. Intellectual capital disclosure commitment: myth or reality?. *Journal of Intellectual Capital*, 13 (1), pp. 39-56.

Brennan, N., 2001. Reporting intellectual capital in annual reports: evidence from Ireland. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 14, pp. 423-436.

Brennan, N., Connell, B., 2000. Intellectual capital: current issues and policy implications. *Journal of Intellectual Capital*, 1 (3), pp. 206-240.

Brooking, A., 1997. *El capital Intelectual. El principal activo de las empresas del tercer milenio*. Traduzido para espanhol por J.C.Guix. Barcelona: Edições Paidós Ibérica.

Brüggen, A., Vergauwen, P., Dao, M., 2009. Determinants of intellectual capital disclosure: evidence from Australia. *Management Decision*, 47 (2), pp. 233-245.

Bukh, P.N., Jensen, I.K., 2008. Intellectual capital statements in the Danish utility sector: materialization and enactment. *Journal of human Resource Costing & Accounting*, 12 (3), pp. 148-178.

Bukh, P.N., Nielsen, C., Gormsen, P., Mouritsen, J., 2005. Disclosure of information on intellectual capital in Danish IPO prospectuses. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 18, pp. 713-732.

Buzby, S.L., 1975. Company size, listed versus unlisted stocks, and the extent of financial disclosure. *Journal of Accounting Research*, 13 (1), pp. 16-37.

Cabrita, M.R., 2009. *Capital intelectual e desempenho organizacional*. Porto: Lidel Editora.

Cabrita, M.R., Bontis, N., 2008. Intellectual capital and business performance in the Portuguese banking industry. *International Journal of Technology Management*, 43, pp. 212-237.

Cabrita, M.R., Vaz, J.L., 2005. Intellectual Capital and Value Creation: Evidence from the Portuguese Banking Industry. *Electronic Journal of Knowledge Management*, 4 (1), pp.11-20.

Cabrita, M.R., Vaz, J.L., 2008. Creating value from Intellectual Capital: An approach based on the specification of models. *Portuguese Journal of Management Studies*, 13 (2), pp. 221-235.

Campbell, D., Rahman, M.R., 2010. A longitudinal examination of intellectual capital reporting in Marks & Spencer annual reports, 1978-2008. *The British Accounting Review*, 42, pp. 56–70.

Campbell, D., Shrives, P., Bohmbach-Saager, H., 2001. Voluntary disclosure of mission statements in corporate annual reports: signaling what and to whom? *Business and Society Review*, 106 (1), pp. 65-87.

Cañibano, L., García-Ayuso, M., Sánchez, M.P., 2000. Shortcomings in the Measurement of Innovation: Implications for Accounting Standard Setting. *Journal of Management and Governance*, 4, pp. 319-342.

Cañibano, L., Gisbert Clemente, A., 2004. Principales cambios en el tratamiento contable del inmovilizado inmaterial con motivo de la adopción de las Normas Internacionales de Contabilidad. *Tribuna de Opinión AECA*, janeiro- abril, pp. 11-15.

Cañibano, L., Sánchez, M.P., 2004. Medición, gestión e información de intangibles. Lo más nuevo. Em: ACCID, ed. 2004. *Medición Control y Gestión de los Intangibles*. Barcelona: Edições Deusto, pp. 99-139.

Cañibano, L., Sánchez, M.P., 2009. Intangibles in universities: current challenges for measuring and reporting. *Journal of Human Resource Costing & Accounting*, 13 (2), pp. 93-104.

Cañibano, L.; García Meca, E.; García Osma, B., Gisbert Clemente, A., 2008. *Los intangibles en la regulación contable*. Madrid: AECA Instituto de Análisis de Intangibles.

Carqueja H., 2007. Teoria da contabilidade - uma interpretação. *Revista Tékhne*. 4 (7), pp. 7-40.

Cavalluzzo, K. e Ittner, C., 2004. Implementing performance measurement innovations: evidence from government. *Accounting, Organizations and Society*, 29 (3-4), pp. 243-267.

Centro de Investigación sobre la Sociedad del Conocimiento - Instituto de Administración De Empresas da Universidad Autónoma de Madrid (CIC-IADE), Documentos Intellectus n.º 1 (2001). *Identificación y medición del capital tecnológico de la empresa*. Universidad Autónoma de Madrid. Madrid.

Centro de Investigación sobre la Sociedad del Conocimiento - Instituto de Administración De Empresas da Universidad Autónoma de Madrid (CIC-IADE), Documentos Intellectus n.º 2 (2002). *Identificación y medición del capital relacional*. Universidad Autónoma de Madrid. Madrid.

Centro de Investigación sobre la Sociedad del Conocimiento - Instituto de Administración De Empresas da Universidad Autónoma de Madrid (CIC-IADE), Documentos Intellectus n.º 3 (2002). *Identificación y medición del capital humano*. Universidad Autónoma de Madrid. Madrid.

Centro de Investigación sobre la Sociedad del Conocimiento - Instituto de Administración De Empresas da Universidad Autónoma de Madrid (CIC-IADE), Documentos Intellectus n.º 4 (2003). *Metodología para elaboración de indicadores do capital intelectual*. Universidad Autónoma de Madrid. Madrid.

Centro de Investigación sobre la Sociedad del Conocimiento - Instituto de Administración De Empresas da Universidad Autónoma de Madrid (CIC-IADE), Documentos Intellectus n.º 5 (2003). *Modelo Intellectus: medición y gestión del capital intelectual*. Universidad Autónoma de Madrid. Madrid.

Cerbioni, F., Parbonetti, A., 2007. Exploring the Effects of Corporate Governance on Intellectual Capital Disclosure: An Analysis of European Biotechnology Companies. *European Accounting Review*, 16, pp. 791–826.

Chander, S., Mehra, V., 2010. Disclosure of Intangible Assets in Indian Drugs and Pharmaceutical Industry. *The IUP Journal of Accounting Research & Audit Practices*, 9 (4), pp. 7-23.

Chen, K., Pan, C., 2011. A Study of Credit Risk Efficiency and Productivity Change for Commercial Banks in Taiwan. *The Journal of American Academy of Business*, 16 (2), pp. 279-286.

Clarkson, M.B., 1995. A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance. *The Academy of Management Review,* 20 (1), pp. 92-117.

Cohen, J.R., Krishnamoorthy, G., Wright, A.M., 2008. Form versus Substance: The Implications for Auditing Practice and Research of Alternative Perspectives on Corporate Governance. *Auditing: A Journal of Practice & Theory*, 27 (2), pp. 181-198.

Comissão das Comunidades Europeias, 2002. Regulamento (CE) n.º 1606/2002 do Parlamento Europeu e do Conselho de 19 de julho de 2002, relativo à aplicação das Normas Internacionais de Contabilidade. Jornal Oficial das Comunidades Europeias, 11 de setembro.

Comissão das Comunidades Europeias, 2008. Regulamento (CE) n.º 1126/2008 da Comissão de 3 de novembro de 2008, adota determinadas normas internacionais de contabilidade nos termos do Regulamento (CE) n.º 1606/2002 do parlamento Europeu e do Conselho.

Comissão do Mercado de Valores Mobiliários (CMVM), 2008. Regulamento da CMVM n.º5/2008: Deveres de informação.

Comissão do Mercado de Valores Mobiliários (CMVM), 2010. Regulamento da CMVM n.º1/2010: Governo das sociedades cotadas.

Comissão Europeia, 2006. *European ICS Guideline, InCaS - Intellectual capital Statement (made in Europe)*, Bruxelas.

Comunidade Económica Europeia, 1983. Diretiva do Conselho n.º 83/349/CEE, de 13 de junho de 1983 (7ª Diretiva Comunitária), referente às condições de elaboração das contas consolidadas.

Comunidade Económica Europeia, 1986. Diretiva do Conselho n.º 86/635/CEE, de 8 de dezembro de 1986 (4ª Diretiva Comunitária), que procedeu à harmonização das regras essenciais a que deve obedecer a prestação de contas dos bancos e de outras instituições financeiras estabelecidos nos Estados membros das Comunidades Europeias.

Cooke, T.E., 1989. Disclosure in the Corporate Annual Reports of Swedish Companies. *Accounting and Business Research,* 19 (74), pp. 113-124.

Cooke, T.E., 1992. The impact of size, stock market listing and industry type on disclosure in the annual reports of Japanese listed corporations. *Accounting and Business Research,* 87, pp. 229-237.

Cooke, W.N., 1994. Employee participation programs, group-based incentives, and company performance: a union nonunion comparison. *Industrial and Labor Relations Review*, 47 (4), pp. 597-609.

Córcoles, Y., 2007. El capital intelectual en los Estados financieros: una necesidad. *Revista Partida Doble*, 184, pp. 18-29.

Cordazzo, M., 2007. Intangibles and Italian IPO prospectuses: a disclosure analysis. *Journal of Intellectual Capital*, 8, pp. 288-305.

Cormier, D., Aerts, W., Ledoux. M.J, Magnan, M., 2009. Attributes of social and human capital disclosure and information asymmetry between managers and investors. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 26 (1), pp. 71-88.

Cormier, D., Gordon, I.M., 2001. An examination of social and environmental reporting strategies. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 14 (5), pp. 587-616.

Costa, A.S., 2010. *A divulgação de informação sobre capital intelectual na carta do presidente incluída no relatório e Contas*. Tese de mestrado. Escola de Economia e Gestão, Universidade do Minho.

Cuganesan, S., 2006. Reporting organizational performance in managing human resources Intellectual capital or stakeholder perspectives?. *Journal of Human Resource Costing & Accounting*, 10, pp. 164-188.

Curado, C., 2006. *O efeito mediador das estratégias de gestão de conhecimento entre componentes do capital intelectual: um estudo realizado na indústria bancária portuguesa*. Tese de Doutoramento. Instituto Superior de Economia e Gestão, Universidade Técnica de Lisboa.

Curry, T.J., Fissel, G.S., Hanweck, G.A., 2008. Equity market information, bank holding company risk, and market discipline. *Journal of Banking & Finance*, 32, pp. 807-819.

Dammak, S., Triki, M., Boujelbene, Y., 2010. Towards a measurement scale for the voluntary disclosure of the intellectual capital. *Journal of Advanced Research in Management*, 1 (1), pp. 30-44.

Danish Agency for Trade and Industry, 2000. *A Guideline for Intellectual Capital Statements - A Key to Knowledge Management*. Copenhaga.

Darus, F., Arshad, R., Taylor, D., Othman, S., 2008. Proprietary Costs, Ownership Structure and Credibility of Voluntary Disclosure of Malaysian Listed Companies. *The Business Review*, 10 (2), pp. 343-349.

Davenport, T., Prusak, L., 2001. *Conocimiento en acción*. Traduzido para espanhol por M.J. Moreno. Buenos Aires: Pearson education.

Davey, J., Schneider, L., Davey, H., 2009. Intellectual capital disclosure and the fashion industry. *Journal of Intellectual Capital*, 10 (3), pp. 401-424.

Davis, J.H., Schoorman, F.D., Donaldson, L., 1997. Toward a stewardship theory of management. *The Academy of Management Review*, 1 (1), pp. 20-47.

Decreto-Lei n.º 104/2007 de 3 de abril. Procede à nona alteração ao Regime Geral das Instituições de Crédito e Sociedades Financeiras e transpõe para a ordem jurídica interna a Diretiva n.º 2006/48/CE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 14 de junho, relativa ao acesso à atividade das instituições de crédito e ao seu exercício.

Decreto-Lei n.º 298/92 de 31 de dezembro (última alteração pelos Decretos-Leis n.º 88/2011, de 20 de julho e 119/2011, de 26 de dezembro). Procede à reforma da regulamentação geral do sistema financeiro português implementando o Regime Geral das Instituições de Crédito e Sociedades Financeiras.

Decreto-Lei n.º 35/2005 de 17 de fevereiro. Transpõe para a ordem jurídica interna a Directiva n.º 2003/51/CE, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 18 de Junho, que altera as Directivas n.os 78/660/CEE, 83/349/CEE, 86/635/CEE e 91/674/CEE, do Conselho, relativas às contas anuais e às contas consolidadas de certas formas de sociedades, bancos e outras instituições financeiras e empresas de seguros, prevendo a possibilidade de as entidades às quais não se apliquem as Normas Internacionais de Contabilidade optarem pela sua aplicação nos termos do Regulamento (CE) n.º 1606/2002, do Parlamento Europeu e do Conselho, de 19 de Julho.

Decreto-Lei n.º 36/92 de 28 de março. Procede à transposição de regras de natureza mais geral relativas à da consolidação de contas.

Decreto-Lei n.º 455/78 de 30 de dezembro. Aprova o Plano de Contas para o Sistema Bancário.

Decreto-Lei n.º 486/99 de 13 de novembro (última alteração pelo Decreto-Lei n.º 85/2011, de 29 de junho). Publica o Código dos Valores Mobiliários.

Decreto-Lei n.º 91/90, de 17 de março. Transpôs para a ordem jurídica interna através do Banco de Portugal o Plano de Contas para o Sistema Bancário para as contas individuais.

Deegan, C., 2002. The legitimising effect of social and environmental disclosures - a theoretical foundation. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15 (3), pp. 282-311.

Deegan, C., Rankin, M., Tobin, J., 2002. An examination of the corporate social and environmental disclosures of BHP from 1983-1997. A test of legitimacy theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15 (3), pp. 312-343.

Deol, H.S., 2009. Strategic environment and intellectual capital of Indian banks. *Journal of Intellectual Capital*, 10 (1), pp. 109-120.

Dicke, L.A., Ott, J.S., 2002. A Test: Can Stewardship Theory Serve as a Second Conceptual Foundation for Accountability Methods in Contracted Human Services?. *International Journal of Public Administration*, 25 (4), pp. 463-487.

Dielis, M., 2007. *Intellectual capital disclosure in corporate annual reports: establishing culture as a driver and discovering trends.* Master´s thesis. Faculty of Economics and Business Administration Maastricht University.

Dimaggio, P., Powell, W., 1983. The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organisational Fields. *American Sociological Review*, 48, pp. 147-160.

Donaldson, L., Davis, J.H., 1991. Stewardship Theory or Agency Theory: CEO Governance and Shareholder Returns. *Australian Journal of Management*, 16 (1), pp. 49-64.

Donaldson, T., Preston, L.E., 1995. The Stakeholder theory of the corporation: concepts, evidence, and implications. *Academy of Managemenl Review*, 20 (1), pp. 65-91.

Dowling, J., Pfeffer, J., 1975. Organizational Legitimacy: Social Values and Organizational Behavior. *The Pacific Sociological Review*, 18 (1), pp. 122-136.

Dumay J., 2008. Narrative disclosure of intellectual capital: A ‘‘structurational’’ analysis. *Management Research News*, 31, pp. 518-537.

Dumay, J., Tull, J., 2007. Intellectual capital disclosure and price-sensitive Australian Stock Exchange announcements. *Journal of Intellectual Capital*, 8, pp. 236-255.

Dunham, L., Freeman, R.E., Liedtka, J., 2006. Enhancing Stakeholder Practice: A Particularized Exploration of Community. *Business Ethics Quarterly*, 16 (1), pp. 23-42.

Dye, R.A., 1986. Proprietary and nonproprietary disclosures. *Journal of Business*, 59 (2), pp. 331-366.

Eddleston, K.A., Kellermanns, F.W., 2007. Destructive and productive family relationships: A stewardship theory perspective. *Journal of Business Venturing*, 22, pp. 545-565.

Edvinsson, L., 1997. Developing intellectual capital at Skandia. *Long Range Planning*, 30 (3), pp. 366-373.

Edvinsson, L., Kivikas, M., 2004. La nueva perspectiva para la creación de valor. Em: ACCID, ed. 2004. *Medición Control y Gestión de los Intangibles*. Barcelona: Edições Deusto, pp. 45-57.

Edvinsson, L., Malone, M., 2003. *El Capital Intelectual. Cómo identificar y calcular el valor de los recursos intangibles de su empresa*. Traduzido para espanhol por J. Cárdenas. Barcelona: Edições Gestión 2000.

Edvinsson, L., Sullivan, P., 1996. Developing a Model for Managing Intellectual Capital. *European Management Journal,* 14 (4), pp. 356-364.

Eisenhardt, K.M., 1989. Agency Theory: An Assessment And Review. *The Academy of Management Review,* 14 (1), pp. 57-74.

Entwistle, G.M., 1999. Exploring the R&D disclosure environment. *Accounting Horizons,* 16, pp. 323-341.

Fama, E.F., Jensen, M.C., 1983. Separation of Ownership and Control. *Journal of Law and Economics,* 26 (2), pp. 301-325.

Faria, M., Moreira, A., 2006. A dificuldade do reconhecimento dos intangíveis na empresa, o caso do capital intelectual. Em: *XVI Jornadas Luso-Espanholas de Gestão Científica*. Évora, 1-3 fevereiro de 2006.

Federal Ministry of Economics and Labour, 2004. *Guideline Intellectual Capital Statement – Made in Germany*, Berlin.

Fernández Rodríguez, E., Moro Prieto, M., 2003. Ante la necesidad de reconocimiento de los intangibles, resurge el valor de los indicadores. Em: Departamento de Economía Financiera de la Universidad de Madrid, *Seminario de Estudios Académicos de contabilidad en homenaje a D. José Rivero Romerio*, Oviedo.

Ferreira, A.L., 2008. *A divulgação de informação sobre capital intelectual em Portugal - uma análise exploratória*. Tese de mestrado. Faculdade de Economia, Universidade do Porto.

Ferreira, L., Sarmento, M., 2009. Da investigação quantitativa em contabilidade: investigação por inquérito. Em: M.J. Major, R. Vieira, eds. 2009. *Contabilidade e controlo de gestão. Teoria, metodologia e prática.* Lisboa: Escolar Editora, pp. 167-208.

Figueras, S., 2004. Las relaciones intangibles cuantificadas en la contabilidad relacional. Em: ACCID, ed. 2004. *Medición Control y Gestión de los Intangibles*. Barcelona: Edições Deusto, pp. 73-95.

Firer, S., Williams, S.M., 2005. Firm ownership structure and intellectual capital disclosures. *SA Journal of Accounting Research*, 19, pp. 1-18.

Flöstrand, P., 2006. The sell side - observations on intellectual capital indicators. *Journal of Intellectual Capital*, 7, pp. 457-473.

Fontrodona, J., Sison, A.J., 2006. The Nature of the Firm, Agency Theory and Shareholder Theory: A Critique from Philosophical Anthropology. *Journal of Business Ethics*, 66, pp. 33-42.

Fox, M.A., Hamilton, R.T., 1994. Ownership and diversification: Agency theory or stewardship theory. *The Journal of Management Studies*, 31 (1), pp. 69-81.

Freeman, R.E., 1994. The Politics of Stakeholder Theory: Some Future Directons. *Business Ethics Quarterly*, 4 (4), pp. 409-421.

Freeman, R.E., Evan, W.M., 1990. Corporate governance: A stakeholder interpretation. *Journal of Behavioral Economics*, 19 (4), pp. 337-360.

Fu, X., Heffernan, S., 2009. The effects of reform on China's bank structure and performance. *Journal of Banking & Finance*, 33, pp. 39–52.

Gallery, G., Cooper E., Sweeting, J., 2008. Corporate disclosure quality: lessons from Australian companies on the impact of adopting International Financial Reporting Standards. *Australian Accounting Review*, 18, pp. 257-273.

Gan, K., Saleh, Z., Abessi, M., 2008. Corporate Governance, Ownership Structures and Intellectual Capital Disclosures: Malaysian Evidence. Obtido em: http://140.117.75.203/program/FullPaper/083-1505017953.pdf (Acedido em 24 março 2011).

Gandía, J.L., 2002. La divulgación de información sobre intangibles en internet: evidencia internacional. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 31 (113), pp. 767-802.

Gandía, J.L., 2003. Intangibles Disclosure Information on Internet by Multinational Corporations. *The International Journal of Digital Accounting Research*, 3 (5), pp. 61-99.

Gandía, J.L., 2008. Determinants of internet-based corporate governance disclosure by Spanish listed companies. *Online Information Review*, 32, pp. 791-817.

García-Meca, E., 2005. Bridging the gap between disclosure and use of intellectual capital information" *Journal of Intellectual Capital*, 6, pp. 427-440.

García-Meca, E., Martínez, I., 2005. Assessing the quality of disclosure on intangibles in the Spanish capital Market. *European Business Review*, 17, pp. 305-313.

García-Meca, E., Martínez, I., 2007. The use of intellectual capital information in investment decisions. An empirical study using analyst reports. *The International Journal of Accounting*, 42, pp. 57–81.

García-Meca, E., Parra, I., Larrán, M., Martínez, I., 2005. The Explanatory Factors of Intellectual Capital Disclosure to Financial Analysts. *European Accounting Review*, 14, pp. 63-94.

Gerpott, T.J., Thomas, S.E., Hoffmann, A.P., 2008. Intangible asset disclosure in the telecommunications industry. *Journal of Intellectual Capital*, 9, pp. 37-61.

Gersbach, H., Wenzelburger, J., 2003. The Workout of Banking Crises: A Macroeconomic Perspective. *CESifo Economic Studies,* 49 (2), pp. 233-258.

Goh, P.C., 2005. Intellectual capital performance of commercial banks in Malaysia**.** *Journal of Intellectual Capital*, 6 (3), pp. 385-396.

Goh, P.C., Lim, K.P., 2004. Disclosing intellectual capital in company annual reports: Evidence from Malaysia. *Journal of Intellectual Capital,* 5, pp. 500-510.

Gomes, P., Serra, S., Ferreira, E., 2006. Activos intangíveis: o grau de adaptação das empresas portuguesas cotadas na Euronext relativamente à IAS 38. *Contabilidade e Gestão, Portuguese Journal of Accounting and Management,* 2, pp. 11-49.

Gómez Rodríguez, I., 2003 *La divulgación de información sobre intangibles en el sector financiero y la creación de valor.* Papeles de Trabajo cuadernos de ciencias económicas y empresariales n.º 30. Universidad de Málaga.

Gordon, R.A., 1940. Ownership and Compensation as Incentives to Corporations Executives. *The Quarterly Journal of Economics*, 54 (3), pp. 455-473.

Gray, R., Kouhy, R., Lavers, S., 1995. Methodological themes: Constructing a research database of social and environmental reporting by UK companies. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 8 (2), pp. 78-101.

Guimón, J., 2005. Intellectual capital reporting and credit risk analysis. *Journal of Intellectual Capital*, 6 (1), pp. 28-42.

Guo, R., Lev, B., Zhou, N., 2004. Competitive Costs of Disclosure by Biotech IPOs. *Journal of Accounting Research,* 42 (2), pp. 319-355.

Gürünlü, M., 2009. The Evolution of Corporate Governance Mechanisms after Going Public: Evidence from Turkish Panel Data. *International Journal of Economic Perspectives,* 3 (1), pp. 59-82.

Guthrie, J. Abeysekera, I., 2006. Content analysis of social, environmental reporting: what is new?. *Journal of Human Resource Costing & Accounting*, 10 (2), pp. 114-126.

Guthrie, J., Parker, L.D., 1989. Corporate Social Reporting: A Rebuttal of Legitimacy Theory. *Accounting and Business Research,* 19 (76), pp. 343-352.

Guthrie, J., Petty, R., 2000. Intellectual capital: Australian annual reporting practices. *Journal of Intellectual Capital*, 1, pp. 241-251.

Guthrie, J., Petty, R., Ferrier, F., Wells, R., 1999. There is no Accounting for Intellectual Capital in Australia: A review of annual reporting practices and the internal measurement of Intangibles. Em: *OECD Symposium on Measuring and Reporting of Intellectual Capital*. Amsterdam.

Guthrie, J., Petty, R., Ricceri, F., 2006. The voluntary reporting of intellectual capital: Comparing evidence from Hong Kong and Australia. *Journal of Intellectual Capital*, 7, pp. 254-271.

Guthrie, J., Petty, R., Yongvanich, K., Ricceri, F., 2004. Using content analysis as a research method to inquire into intellectual capital reporting. *Journal of Intellectual Capital,* 5 (2), pp. 282-293.

Guthrie, J., Steane, P., Farneti, F., 2009. IC reporting in the Australian Red Cross blood service. *Journal of Intellectual Capital,* 10 (4), pp. 504-519.

Guthrie, J., Ward, l., Cuganesan, S., 2008. Intellectual capital reporting media in an Australian industry. *International Journal of Learning and Intellectual Capital,* 5 (1), pp. 48 - 62.

Halim, S., 2010. Statistical analysis on the intellectual capital statement. *Journal of Intellectual Capital*, 11 (1), pp. 61-73.

He, E., Sommer, D.W., 2010. Separation of Ownership and Control: Implications for Board Composition. *Journal of Risk and Insurance*, 77 (2), pp. 265-295.

Healy, P. e Palepu, K., 1993. The effect of firm´s financial disclosure strategies on stock prices. *Accounting Horizons,* 7 (1), pp. 1-11.

Hess, K., Francis, G., 2004. Cost income ratio benchmarking in banking. A case study. *Benchmarking: An International Journal*, 11 (3), pp. 303-319.

Hidalgo, R.L., García-Meca, E., Martínez, I., 2011. Corporate Governance and Intellectual Capital Disclosure. *Journal of Business Ethics*, 100, pp. 483-495.

Hill, C.W., Jones, T.M., 1992. Stakeholder-Agency Theory. *The Journal of Management Studies*, 29 (2), pp. 131- 154.

Ho, C., Williamns, S.M., 2003. International comparative analysis of the association between board structure and the efficiency of value added by a firm from its physical capital and intellectual capital resources. *The International Journal of Accounting,* 38, pp. 465–491.

Ho, S.M., Wong, K.S., 2001. A study of relationship between corporate governance structures and the extent of voluntary disclosure. *Journal of International Accounting, Auditing & Taxation,* 10, pp. 139-156.

Hormiga Pérez, E., Batista Canino, R.M., R., Sánchez Medina, A., 2006. *El capital intelectual en las empresas de nueva creación. Influencia de los activos intangibles en el éxito empresarial*. Tenerife: Fundación FYDE-CajaCanarias.

Hsiao, C., 2003. *Analysis of panel data*. Second edition. Cambridge University Press.

Hsiao, C., 2006. *Panel Data Analysis – Advantages and Challenges*. IEPR Working paper 06.49. Institute of Economic Policy Research, University of Southern California.

Hsu, W., Chang, Y., 2011. Intellectual capital and analyst forecast: evidence from the high-tech industry in Taiwan. *Applied Financial Economics*, 21, pp. 1135-1143.

Huafang, X., Jianguo, Y., 2007. Ownership structure, board composition and corporate voluntary disclosure. Evidence from listed companies in China. *Managerial Auditing Journal*, 22 (6), pp. 604-619.

Huang, C., Luther, R., Tayles, M., Haniffa, R., 2010. Human capital disclosures in developing countries: figureheads and value creators. Obtido em www.essex.ac.uk/ebs/research/eac/essex-luther.doc (Acedido em 21 fevereiro 2011).

Husin, N.M., Ahmad, N., Sapingi, R., 2011. Intellectual Capital: A Focus on Human Capital Reporting Practices of Top Malaysian Listed Companies. *The South East Asian Journal of Management*, 5 (1), pp. 51-71.

Husin, N.M., Hooper, K., Olesen, K., 2012. Analysis of intellectual capital disclosure – an illustrative example. *Journal of Intellectual Capital*, 13 (2), pp. 196-220.

Hwan-Yann, S., Shih-Chieh, F., Chaur-Shiuh, Y., 2011. Relationship transparency for partnership enhancement: an intellectual capital perspective. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 26 (6), pp. 456 – 468.

International Accounting Standards Board (IASB), 1998. *Norma Internacional de Contabilidade n.º 22 – Combinações de negócios*.

International Accounting Standards Board (IASB), 1998. *Norma Internacional de Contabilidade n.º 38 - Ativos Intangíveis*.

International Accounting Standards Board (IASB), 1998. *Norma Internacional de Contabilidade n.º 36 – Imparidade de ativos*.

International Accounting Standards Board (IASB), 2004. *Norma Internacional de Relato Financeiro n.º 1 - Adoção pela primeira vez das normas internacionais de relato financeiro.*

International Accounting Standards Board (IASB), 2004. *Norma Internacional de Relato Financeiro n.º 3. Concentrações de atividades empresariais.*

International Accounting Standards Board (IASB), 2004. *Norma Internacional de Contabilidade n.º 38 - Ativos Intangíveis*.

Jensen, M.C., 1993. The Modern Industrial Revolution, Exit, and the Failure of Internal Control Systems. *The Journal of Finance*, 48 (3), pp. 831-880.

Jensen, M.C., Meckling W.H., 1976. Theory of the Firm: Managerial Behavior, Agency Costs and Ownership Structure" *Journal of Financial Economics*, 3 (4), pp. 305-360.

Johnston J., DiNardo, J., 2000. *Métodos econométricos*. 4ª edição. Amadora: Mc Graw Hill.

Joia, L.A., 2008. The impact of government-to-government endeavors on the intellectual capital of public organizations. *Government Information Quarterly*, 25, pp. 256–277.

Jones, T.M., 1995. Instrumental Stakeholder Theory: A Synthesis of Ethics and Economics. *The Academy of Management Review*, 20 (2) pp. 404-437.

Jonghe, O.D., 2010. Back to the basics in banking? A micro-analysis of banking system stability. *Journal of Financial Intermediation*, 3, pp. 387-417.

Joseph, G., 2007. Implications of a Stakeholder View on Corporate Reporting. *Accounting and the Public Interest*, 7, pp. 50-65.

Kamath, G.B., 2007. The intellectual capital performance of Indian banking sector. *Journal of Intellectual Capital*, 8 (1), pp. 96-123.

Kamath, G.B., 2008. Intellectual capital disclosure in India: content analysis of "TecK" firms. *Journal of Human Resource Costing & Accounting*, 12, pp. 213-224.

Kang, H., Gray, S.J., 2011. The Content of Voluntary Intangible Asset Disclosures: Evidence from Emerging Market Companies. *Journal of International Accounting Research*, 10 (1), pp. 109-125.

Kantawala, A.S., 2004. Apropos the Soundness of Public Sector Banks. *Finance India*, 18 (4), pp. 1651-1671.

Kaplan, R., Norton, D., 1992. The Balanced Scorecard – Measures that Drive Performance, *Harvard Business Review*, 70 (1), pp. 71-79.

Karim, B.K., Sami, B.M., Hichem, B., 2010. Bank-specific, Industry-specific and Macroeconomic Determinants of African Islamic Banks' Profitability. *African Islamic Banks' Profitability*, 3 (1), pp. 39-56.

Khan, M.H., Ali, M.M., 2010. An empirical investigation and users´perceptions on intellectual capital reporting in banks. Evidence from Bangladesh. *Journal of Human Resource Costing & Accounting*, 14 (1), pp. 48-69.

Khan, M.H., Khan, M.R., 2010. Human capital disclosure practices of top Bangladeshi companies. *Journal of Human Resource Costing & Accounting*, 14 (4), pp. 329-349.

Klein, D.A., 1998. The Strategic Management of the Intellectual Capital: An introduction. Em: D.A. Klein, ed. 1998. *The Strategic Management of the Intellectual Capital*. Woburn: Butterworth-Heinemann, pp. 1-7.

Kosmidou, K., 2008. The determinants of banks' profits in Greece during the period of EU financial integration. *Managerial Finance*, 34 (3), pp. 146-159.

Krippendorff, K., 1990. *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica*. Traduzido para espanhol por L. Wolfson. Barcelona: Paidós Comunicación.

Kristandl, G., Bontis, N., 2007. The impact of voluntary disclosure on cost of equity capital estimates in a temporal setting. *Journal of Intellectual Capital*, 8, pp. 577-594.

Kroumova, M.K., Sesil, J.C., 2006. Intellectual Capital, Monitoring, and Risk: What Predicts the Adoption of Employee Stock Options?. *Industrial Relations*, 45 (4), pp. 734-752.

Kubo, I., Saka, A., 2002. An inquiry into the motivations of knowledge workers in the japonese financial industry. Journal of Knowledge Management, 6 (3), pp. 262-271.

La Porta, R., Lopez-De-Silanez, F., Shleifer, A., 2002. Government Ownership of Banks. *The Journal of Finance*, 57 (1), pp. 265-301.

La Porta, R., Lopez-De-Silanez, F., Shleifer, A., Vishny, R.W., 2000. Agency problems and dividend policies around the world. *The Journal of Finance*, 55 (1), pp. 11-33.

Lambert A.R., 2007. Agency Theory and Management Accounting. *Handbook of Management Accounting Research*, 1, pp. 247-268.

Lasfer, M., 2006. Discussion of Separation of Ownership from Control and Acquiring Firm Performance: The Case of Family Ownership in Canada. J*ournal of Business Finance & Accounting*, 33 (3-4), pp. 544-549.

Laux, C., Laux. V., 2009. Board Committees, CEO Compensation, and Earnings Management. *The accounting Review*, 84 (3), pp. 869-891.

Lee, A., Neilson, J., Tower, G., Van der Zahn, M., 2007. Is communicating intellectual capital information via the internet viable? Case of Australian private and public hospitals. *Journal of Human Resource Costing & Accounting*, 11, pp. 53-78.

Lee, L.L., Guthrie, J., 2010. Visualising and measuring intellectual capital in capital markets: a research method. *Journal of Intellectual Capital*, 11 (1), pp. 4-22.

Lee, M.H., 2010. Evaluation of annual reports on human resource disclosure using content analysis. *Unitar E-Journal,* 6 (1), pp. 38-52.

Lee, Y.M., Whiting, R.H., 2011. Technology, Intellectual Capital Disclosure and Cost of Capital. Em: *AFAANZ Conference*. Darwin, Australia. Obtido em http://www.afaanz.org/openconf/2011/modules/request.php?module=oc_proceedings&action=view.php&a=Accept+as+Forum&id=118 (Acedido em 5 outubro 2011).

Lei n.º 28/2009 de 19 de Junho. Revê o regime sancionatório no sector financeiro em matéria criminal e contra-ordenacional.

Lev, B., 2003. *Intangibles: Medición, Gestión e Información*. Traduzido para espanhol por M.G. Covarsí. Barcelona: Edições Deusto.

Lev, B., 2004. Intangibles en la encrucijada. Em: ACCID, ed. 2004. *Medición Control y Gestión de los Intangibles*. Barcelona: Edições Deusto, pp.15-29.

Li, J., Pike, R., Haniffa, R., 2006. *Intellectual Capital Disclosures in Corporate Annual Reports: A European Comparison*. Working Paper Series N.º 06/24.

Li, J., Pike, R., Haniffa, R., 2007. *Intellectual Capital Disclosure in Knowledge Rich Firms: The Impact of Market and Corporate Governance Factors*. Working Paper Series N.º 07/06.

Li, J., Pike, R., Haniffa, R., 2008. Intellectual capital disclosure and corporate governance structure in UK firms. *Accounting and Business Research*, 38, pp. 137-159.

Lin, X., Zhang, Y., 2009. Bank ownership reform and bank performance in China. *Journal of Banking & Finance* 33, pp. 20–29.

Liu, G., Sun, J., 2010. Ultimate ownership structure and corporate disclosure quality: evidence from China. *Managerial Finance*, 36, pp. 452-467.

Lopes, I., 2008. *A problemática dos intangíveis. Análise do sector de aviação civil em Portugal*. Tese de doutoramento. Faculdade de Economia, Universidade de Coimbra.

Lopes, I., 2010. Towards a complementary intangibles reporting approach. *Measuring Business Excellence*, 14 (4), pp.24-34.

Lopes, I., 2012. The Boundaries of Intellectual Property Valuation: Cost, Market, Income based approaches and innovation turnover. *Intellectual Economics*, 1 (9), pp. 99-116.

Lopes, I., Rodrigues, A.M., 2007. Intangible Assets Identification and Valuation – a Theoretical Framework Approach to the Portuguese Airlines Companies. *The Electronic Journal of Knowledge Management,* 5 (2), pp. 193-202.

López Sáez, P., Navas López, J.E., Delgado Verde, M., Martín de Castro, G., 2007. Capital Intelectual e innovación. Un análisis empírico en empresas intensivas en tecnología. Em: *XIV Congreso AECA*. Valência, 19-21 de setembro de 2007.

Maroco, J., 2007. *Análise estatística com utilização do SPSS*. 3ª Edição. Lisboa: Edições Sílabo.

Marques, L.D., 2000. *Modelos dinâmicos com dados em painel: revisão de literatura*. Working paper. Centro de estudos macroeconómicos e de previsão da Faculdade de Economia do Porto. Obtido em www.fep.up.pt/investigacao/workingpapers (Acedido em 15 junho 2011).

Martins, A., 2010. *Justo valor e imparidade em activos fixos tangíveis e intangíveis. Aspectos financeiros, contabilísticos e fiscais*. Coimbra: Edições Almedina.

Mathews, M.R., 1995. Social and Environmental Accounting: A Practical Demonstration of Ethical Concern?. *Journal of Business Ethics*, 14, pp. 663-671.

Mathews, M.R., 2000. Accounting for macro-social impacts: a new research agenda. *Accounting fórum*, 24 (2), pp. 187-196.

Mavridis, D.G., 2004. The intellectual capital performance of the Japanese banking sector. *Journal of Intellectual Capital*, 5 (1), pp. 92-115.

Means, G.C., 1931. The separation of ownership and control in American industry. *Quarterly Journal of Economics*, 46 (1), pp. 68-100.

Medcof, J.W., 2001. Resourced-based strategy and managerial power in networks of internationally dispersed technology units. *Strategic Management Journal*, 22, pp. 999–1012.

Meer-Kooistra, J., Zijlstra, S.M., 2001. Reporting on intellectual capital. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 14 (4), pp. 456-476.

Mention, A., 2011. Exploring voluntary reporting of intellectual capital in the banking sector. *Journal of Management Control*, 22 (3), pp. 279-309.

Meritum Project, 2002. *Guidelines for managing and reporting on intangibles (intellectual capital)*, Comissão Europeia.

Mertins, K., Alwert, K., Will, M., 2006. Measuring Intellectual Capital in European SME. *Proceedings of I-KNOW ´06*. Obtido em http://www.akwissensbilanz.org/Infoservice/Hintergrundartikel/060622%20Measuring%20Intellectual%20Capital%20in%20European%20SME_short_version_v1.pdf (Acedido em 18 abril 2010).

Meyer, J., Rowan, B., 1977. Institutionalized Organizations: Formal Structure as Myth and Ceremony. *The American Journal of Sociology*, 83 (2), pp. 340-363.

Milne, M.J., Adler, R.W., 1999. Exploring the reliability of social and environmental disclosures content analysis. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 12 (2), pp. 237-256.

Mobus, J.L., 2005. Mandatory environmental disclosures in a legitimacy theory context. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 18 (4), pp. 492-517.

Mohiuddin, M., Najibullah, S., Shahid, A.I., 2006. An Exploratory Study on Intellectual Capital Performance of the Commercial Banks in Bangladesh. *The Cost and Management*, 34 (6), pp. 40-54.

Monclús Guitart, R., Rodríguez Merayo, A., Torres Coronas, T., 2005. *Información sobre intangibles en la nueva economía. Un estudio sobre las prácticas de las empresas españolas cotizadas*. Barcelona: ACCID.

Monsen, R.J., Chiu, J.S., Cooley, D.E., 1968. The effect of separation of ownership and control on the performance of the large firm. *Quarterly Journal of Economics*, 82 (3), pp. 436-451.

Monsen, R.J., Downs, A., 1965. A theory of large managerial firms. *The Journal of Political Economy*. 73 (3), pp. 221-236.

Mouritsen, J., 2006. Problematising intellectual capital research: ostensive versus performative IC. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 19 (6), pp. 820-841.

Mouritsen, J., 2009. Classification, measurement and the ontology of intellectual capital entities. *Journal of Human Resource Costing & Accounting*, 13 (2), pp. 154-162.

Mouritsen, J., Bukh, P.N., Larsen, H.T., Johansen, M.R., 2002. Developing and managing knowledge through intellectual capital statements. *Journal of Intellectual Capital*, 3 (1), pp. 10-29.

Mouritsen, J., Bukh, P.N., Marr, B., 2004. Reporting on intellectual capital: why, what and how?. *Measuring Business Excellence*, 8 (1), pp. 46-54.

Muñoz Dueñas, M.P., Silva, M.L., Rodrigues, A.M., 2011. Disclosure of Intangible Assets: an Empirical Study of Financial Corporations in the Iberian Peninsula. *Esperienze D´impresa*, 1, pp. 59-77.

Muth, M.M., Donaldson, L., 1998. Stewardship Theory and Board Structure: a contingency approach. *Corporate Governance*, 6 (1), pp. 5-28.

Neu, D., Warsame, H., Pedwell, K., 1998. Managing public impressions: environmental disclosures in annual reports. *Accounting, Organizations and Society*, 23 (3), pp. 265-282.

Ng, A.D., 2006. Reporting intellectual capital flow in technology-based companies. Case studies of Canadian wireless technology companies. *Journal of Intellectual Capital,* 7 (4), pp. 492-510.

Nicholson, G.J., Kiel, G.C., 2004. A Framework for Diagnosing Board Effectiveness. *Corporate Governance*, 12 (4), pp. 442-460.

Nielsen, C., Madsen, M.T., 2009. Discourses of transparency in the intellectual capital reporting debate: Moving from generic reporting models to management defined information. *Critical Perspectives on Intellectual capital,* 20 (7), pp. 847–854.

O´Donovan, G., 2002. Environmental disclosures in the annual report: Extending the applicability and predictive power of legitimacy theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal,* 15 (3), pp. 344-371.

Oliveira, J., Rodrigues, L.L., Craig, R., 2011. Risk-related disclosure practices in the annual reports of Portuguese credit institutions: An exploratory study. *Journal of Banking Regulation,* 12 (2), pp. 100–118.

Oliveira, L., Rodrigues, L.L., Craig, R., 2006. Firm-specific determinants of intangibles reporting: evidence from the Portuguese stock market. *Journal of Human Resource Costing & Accounting*, 10, pp. 11-33.

Oliveira, L., Rodrigues, L.L., Craig, R., 2010a. Intellectual capital reporting in sustainability reports. *Journal of Intellectual Capital,* 11 (4), pp. 575-594.

Oliveira, L., Rodrigues, L.L., Craig, R., 2010b. Intangible assets and value relevance: Evidence from the Portuguese stock Exchange. *The British Accounting Review*, 4, pp. 241-252.

Oliver, C., 1990. Determinants of Interorganizational Relationships: Integration and Future Directions. *The Academy of Management Review*, 15 (2), pp. 241-265.

Oliveras, E., Gowthorpe. C., Kasperskaya, Y., Perramon, J., 2008. Reporting intellectual capital in Spain. *Corporate Communications: An International Journal*, 13, pp. 168-181.

Ollier, C.B., 2006. Les pratiques d´évaluation et de publication des entreprises françaises, allemandes et américaines: le cas des éléments incorporels. *Comptabilité-Contrôle-Audit*, 2, pp. 167-190.

Ollier, C.B., Chavent, M., Kuentz, V., Walliser E., 2010. L´adoption en France des normes IFRS relatives aux incorporels. *Revue Française de Gestión*, 207, pp. 93-110.

Olubukunola´Ranti, O., Stephen, O., 2011. The Role of Non-Executive Directors in the Profitability of Banks: A Study of Universal Banks in Nigeria. *International Journal of Business and Management*, 6 (2), pp. 248-257.

Orens, R., Aerts, W., Lybaert, N., 2009. Intellectual capital disclosure, cost of finance and firm value" *Management Decision*, 47, pp. 1536-1554.

Organização para a Cooperação e o Desenvolvimento Económico (OCDE), 2004. Os Princípios da OCDE sobre o Governo das Sociedades.

Ousama, A.A., Fatima, A.H., Majdi, A.R., 2011. Usefulness of intellectual capital information: preparers' and users' views. *Journal of Intellectual Capital*, 12 (3), pp. 430-445.

Palmer, J.P., 1973. The profit performance effects of the separation of ownership from control in large U.S. industrial corporations. *The Journal of Finance*, pp. 1377-1378.

Parmar, B.L., Freeman, R.E., Harrison, J.S., Wicks, A.C., Purnell, L., Colle, S., 2010. Stakeholder Theory: The State of the Art. *The Academy of Management Annals*, 4 (1), pp. 403-445.

Parsons, T., 1956. Suggestions for a Sociological Approach to the Theory of Organizations-II. *Administrative Science Quarterly*, 1 (1), pp. 63-85.

Pasiouras, F., Gaganis, C., Zopounidis, C., 2006. The impact of bank regulations, supervision, market structure, and bank characteristics on individual bank ratings: A cross-country analysis. *Review of Quantitative Finance and Accounting*, 27, pp. 403-438.

Pedrini, M., 2007. Human capital convergences in intellectual capital and sustainability reports. *Journal of Intellectual Capital*, 8, pp. 346-366.

Penrose, E.T., 1956. Foreign Investment and the Growth of the Firm. *The Economic Journal*, 66 (262), pp. 220-235.

Pereira, 2008. *Guia Prático de Utilização do SPSS: Análise de Dados para Ciências Sociais e Psicologia*. 7.ª edição. Lisboa: Edições Sílabo.

Pestana, M.H., Gageiro, J., 2005. *Descobrindo a regressão*. Lisboa: Edições Sílabo.

Pestana, M.H., Gageiro, J., 2008. *Análise de dados para ciências sociais: a complementaridade do SPSS*. 5ª Edição. Lisboa: Edições Sílabo.

Petty, R., Guthrie, J., 1999. Managing intellectual capital-from theory to practice. *Australian CPA*, 69 (7), pp. 18-21.

Petty, R., Guthrie, J., 2000. Intellectual capital literature review measurement, reporting and management. *Journal of Intellectual Capital*, 1 (2), pp. 155-176.

Pfeffer, J., 1972. Size and Composition of Corporate Boards of Directors: The Organization and its Environment. *Administrative Science Quarterly*, 17 (2), pp. 218-228.

Phillips, R., Freeman, R.E., Wicks, A.C., 2003. What Stakeholder Theory is not. *Business Ethics Quarterly*, 13 (4), pp. 479-502.

Poghosyan, T., 2010. Re-examining the impact of foreign bank participation on interest margins in emerging markets. *Emerging Markets Review,* 11, pp. 390-403.

Poon, P.H, Firth, M., 2005. Are Unsolicited Credit Ratings Lower? International Evidence From Bank Ratings. *Journal of Business Finance & Accounting*, 32 (9-10), pp. 1741-1771.

Prencipe, A., 2004. Proprietary Costs and Determinants of Voluntary Segment Disclosure: Evidence from Italian Listed Companies. *European Accounting Review*, 13 (2), pp. 319-340.

Quevedo, E., 2003. *Reputación y creación de valor, una relación circular*. Madrid: Thomson.

Quinteiro, C.E., 2009. *Evidenciação do capital intelectual em bancos abertos no Brasil e na Espanha*. Tese de Mestrado. Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo.

Raffournier, B., 1995. The determinants of voluntary financial disclosure by Swiss listed companies. *The European Accounting Review,* 4 (2), pp. 261-280.

Rashid, A.A., Ibrahim, M.K., Othman, R., See, K.F., 2012. IC disclosures in IPO prospectuses: evidence from Malaysia. *Journal of Intellectual Capital*, 13 (1), pp. 57-80.

Ravichandran, K., Alkhathlan, K.A., 2010. Market Based Mergers - Study on Indian & Saudi Arabian Banks. *International Journal of Economics and Finance,* 2 (1), pp. 147-153.

Riahi-Belkaoui, A., 2001. Level of multinationality, growth opportunities, and size as determinants of analyst ratings of corporate disclosures. *American Business Review*, 19 (2), pp. 115-120.

Riegler, C., Höllerschmid, C., 2006. Voluntary disclosure on Project intangibles from R&D in business reporting. A principles-based approach for R&D intensive companies. *Journal of Intellectual Capital*, 7 (4), pp. 511-528.

Rimmel, G., Nielsen, C., Yosano, T., 2009. Intellectual capital disclosures in Japanese IPO prospectuses. *Journal of Human Resource Costing & Accounting*, 13 (4), pp. 316-337.

Rodrigues, A.M., 2003 *O Goodwill nas contas consolidadas: uma análise dos grupos não financeiros portugueses*. Tese de Doutoramento. Faculdade de Economia da Universidade de Coimbra.

Rodrigues, A.M., 2006. *O Goodwill nas contas consolidadas*. Coimbra: Coimbra Editora.

Rodrigues, A.M., 2011. Activos intangíveis. Algumas reflexões contabilísticas e fiscais. Em: P. Otero, F. Araújo, J.T. Gama, org. 2011. *Estudos em memória do Prof. Doutor J. L. Saldanha Sanches*. Coimbra: Coimbra Editora, 4, pp. 469-520.

Rodrigues, L.L., Oliveira, L., 2002. *The measurement and Financial Reporting of Intellectual Capital by Portuguese Listed Companies*. Documento de trabalho. Núcleo de estudos em Gestão, Universidade do Minho.

Romero, A., 1991. *Metodologia de análise de conteúdo*. Cadernos de Ciências da Informação. Universidade Católica Portuguesa.

Romero-Ávila, D., 2011. Information disclosure, banking development and knowledge-driven growth. *Economic Modelling,* 28, pp. 980-990.

Ross J., Ross, G., Dragonetti, N., Edvinsson, L., 2001. *Capital intelectual. El valor intangible de la empresa.* Traduzido para espanhol por C.O. Torrón. Barcelona: Edições Paidós Ibérica.

Ross, S.A., 1973. The Economic Theory of Agency: The Principal's Problem. *Decision Making under Uncertainty,* 63 (2), pp. 134-139.

Rossignoli, B., Arnaboldi, F., 2009. Financial innovation: theoretical issues and empirical evidence in Italy and in the UK. *International Review of Economics*, 56, pp. 275-301.

Sahrawat, K., 2008. Intellectual Capital: Acquisition and Maintenance: The Case of New Zealand Banks. *Journal of Internet Banking and Commerce*, 13 (1), pp. 1-32.

Saint-Onge, H., 1999. Tacit Knowledge: The key to the strategic alignment of intellectual capital. Em: M.H. Zack, ed. 1999. *Knowledge and strategy*. Woburn: Butterworth-Heinemann, pp. 223-230.

Saleh, N.M, Hassan, M.S., Jaffar, R., Shukor, Z.A., 2010. Intellectual capital disclosure quality: lessons from selected Scandinavian countries. *The IUP Journal of Knowledge Management*, 8, pp. 39-60.

Samkin, G., Schneiner, A., 2010. Accountability, narrative reporting and legitimation. The case of a New Zealand public benefit entity. *Accounting, Auditing & Accountability Journal,* 23 (2), pp. 256-289.

Sánchez-Cañizares, S.M., Ayuso Muñoz, M.A., López-Guzmán, T., 2007. Organizational culture and intellectual capital: a new model. *Journal of Intellectual Capital*, 8 (3), pp. 409-430.

Sanders, G., Carpenter, M.A., 1998. Internationalization and Firm Governance: The Roles of CEO Compensation, Top Team Composition, and Board Structure. *The Academy of Management Journal*, 41 (2), pp. 158-178.

Sangmi, M.D., Nazir, T., 2010. Analyzing financial performance of commercial banks in India: an application of CAMEL model. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, 4 (1), pp. 40-55.

Sarwar, A., Asif, S., 2011. Safety & Soundness of Financial Sector of Pakistan. CAMEL Rating Application. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 3 (2), pp. 624-630.

Schiemann, F., Richter, K., Günther, T., 2011. Voluntary disclosure of intellectual capital items in roadshows and investor conferences: an empirical analysis of DAX30-companies. *Zeitschrift für Planung & Unternehmenssteuerung*, 21 (3), pp. 255-275.

Schneider, A., Samkin, G., 2008. Intellectual capital reporting by the New Zealand local government sector. *Journal of Intellectual Capital*, 9, pp. 456-486.

Scholtens, B., Dam, L., 2007. Banking on the Equator. Are Banks that Adopted the Equator Principles Different from Non-Adopters?. *World Development*, 35 (8), pp. 1307-1328.

Scott, J.E., McKinnon, J.L., Harrison, G.L., 2003. Cash to accrual and cash to accrual: A case study of financial reporting in two NSW hospitals 1857 to post-1975. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 16 (1), pp. 104-140.

Scott, W.R., 1981. Developments in Organization Theory, 1960-1980. *The American Behavioral Scientist*, 24 (3), pp. 407-422.

See, K.F., Rashid, A.A., 2011. Determinants of Non-Disclosure of Intellectual Capital information in Malaysian IPO Prospectuses. *International Journal of Economics and Finance*, 3 (5), pp. 178-186.

Seguí-mas, E., Server Izquierdo, R.J., 2010. Caracterización del Business capital de las cooperativas de crédito a través del análisis Delphi. *Revesco*, 103, pp. 101-122.

Serrano-Cinca, C., Fuertes-Callén, Y., Gutiérrez-Nieto, B., 2007. Online reporting by banks: a structural modelling approach. *Online Information Review*, 31 (3), pp. 310-332.

Shankman, N.A., 1999. Reframing the debate between agency and stakeholder theories of the firm. *Journal of Business Ethics*, 19 (4), pp. 319-334.

Shapiro S.P., 2005. Agency theory. *Annual Review of Sociology*, 31, pp. 263-284.

Shar, A.H, Shah, M., Jamali, H., 2010. Performance Evaluation of Pre-post Nationalization of Banking Sector in Pakistan: An Application of CLSA-Stress Test. *International Journal of Business and Management*, 5 (11), pp. 128-139.

Shareef, F., Davey, H., 2005. Accounting for intellectual capital: Evidence from listed English football clubs. *Accounting for intellectual capital*, 7 (3), pp. 78-116.

Shih, K., Chang, C., Lin, B., 2010. Assessing knowledge creation and intellectual capital in banking industry. *Journal of Intellectual Capital*, 11 (1), pp. 74-89.

Shih, K., Lin, C., Lin, B., 2011. Assessing the quality gap of intellectual capital in banks. *Total Quality Management*, 22 (3), pp. 289-303.

Shleifer, A., Vishny, R.W., 1986. Large Shareholders and Corporate Control. *The Journal of Political Economy*, 94 (3) , p. 461.

Shleifer, A., Vishny, R.W., 1997. A survey of corporate governance. *The Journal of Finance*, 52 (2), pp. 737-783.

Shocker, A.D., Sethi, S.P., 1973. An Approach to Incorporating Societal Preferences in Developing Corporate Action Strategies. *California Management Review*, 15 (4), pp. 97-105.

Silva, M.L., Rodrigues, A.M., Muñoz Dueñas, M.P., 2011. Divulgação dos activos intangíveis nas contas consolidadas das sociedades financeiras ibéricas: evidência empírica. Em: ACCID, *IV Congrés Català de Comptabilitat i Direcció*. Barcelona, 26-27 de maio de 2011.

Singh, I., Van der Zahn, M., 2007. Does intellectual capital disclosure reduce an IPO's cost of capital? The case of underpricing. *Journal of Intellectual Capital*, 8, pp. 494-516.

Singh, I., Van der Zahn, M., 2008. Determinants of intellectual capital disclosure in prospectuses of initial public offerings. *Accounting and Business Research*, 38, pp. 409-431.

Singh, I., Van der Zahn, M., 2009. Intellectual capital prospectus disclosure and post-issue stock performance" *Journal of Intellectual Capital*, 10 (3), pp. 425-450.

Singh, S., Kansal, M., 2011. Voluntary disclosures of intellectual capital. An empirical analysis. *Journal of Intellectual Capital*, 12 (2), pp. 301-318.

Smith, E.D., 1976. The Effect of the Separation of Ownership from Control on Accounting Pohcy Decisions. *The Accounting Review*, 51 (4), pp. 707-723.

Smith, J., Adhikari, A., Tondkar, R.H., 2005. Exploring differences in social disclosures internationally: A stakeholder perspective. *Journal of Accounting and Public Policy*, 24, pp. 123–151.

Sonnier, B.M., 2008. Intellectual capital disclosure: high-tech versus traditional sector companies. *Journal of Intellectual Capital*, 9, pp. 705-722.

Sonnier, B.M., Carson, K.D., Carson, P.P., 2009. An Examination of the Impact of firm Size and Age on Managerial Disclosure of Intellectual Capital by High-Tech Companies. *Journal of Business Strategies*, 26 (2), pp. 1-24.

Sorensen, R., Strimling, D., Mirakhor, A., 1974. The Separation of Ownership and Control and Firm Performance: An Empirical Analysis. *Southern Economic Journal*, 41 (1), pp. 145-148.

Sousa, C., 2009. *O Capital Intelectual em Portugal. Uma análise exploratória*. Tese de Mestrado. Faculdade de Economia, Universidade do Porto.

Spence, M., 1973. Job Market signaling. *Quarterly Journal of economics*, 87 (3), pp. 355-374.

Stahel, A., 2004. La contabilidad global (CG): elementos para un cambio de paradigma. Em: ACCID, ed. 2004. *Medición Control y Gestión de los Intangibles*. Barcelona: Edições Deusto, pp. 59-72.

Steenkamp, N., 2007. *Intellectual capital reporting in New Zealand: refining content analysis as a research method*. Tese de doutoramento. Auckland University of Technology.

Stewart, T.A., 1999. *Capital intelectual a nova riqueza das organizações*. Traduzido para português por J.A. Gil. Lisboa: Edições Sílabo.

Striukova, L., Unerman, J., Guthrie, J., 2008. Corporate reporting of intellectual capital: Evidence from UK companies. *The British Accounting Review*, 40, pp. 297-313.

Suchman, M.C., 1995. Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. *Academy of Management Review*, 20 (3), pp. 571-610.

Sufian, F., Habibullah, M.S., 2009. Bank specific and macroeconomic determinants of bank profitability: Empirical evidence from the China banking sector. *Frontiers of Economic in China*, 4 (2), pp. 274–291.

Sujan, A., Abeysekera, I., 2007. Intellectual capital reporting practices of the top Australian firms. *Australian Accounting Review*, 17 (2), pp. 71-83.

Sveiby, K., 1997. *The new organizational wealth: Managing and measuring knowledge-based assets*. Brisbane: Berrett-Koehler.

Sveiby, K., 2000. *Capital Intelectual. La nueva riqueza de las empresas.* Traduzido para espanhol por A.G. Bertran. Barcelona: Edições Gestión 2000.

Taliyang, S.M., Jusop, M., 2011. Intellectual Capital Disclosure and Corporate Governance Structure: Evidence in Malaysia. *International Journal of Business and Management*, 6 (12), pp. 109-117.

Toms, J.S., 2002. Firm Resources, Quality Signals and the Determinants of Corporate Environmental Reputation: some UK Evidence. *British Accounting Review*, 34, pp. 257-282.

Tsang, E.W., 1998. A longitudinal study of corporate social reporting in Singapore. The case of the banking, food and beverages and hotel industries. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 11 (5), pp. 624-635.

Ulrich, D., Barney, J.B., 1984. Perspectives in Organizations: Resource Dependence, Efficiency, and Population. A*cademy of Management Review*, 9 (3), pp. 471-481.

Vafaei, A., Taylor, D., Ahmed, K., 2011. The value relevance of intellectual capital disclosures. *Journal of Intellectual Capital*, 12 (3), pp. 407-429.

Vandemaele, S.N., Vergauwen, P.G., Smits, A.J., 2005. Intellectual capital disclosure in The Netherlands, Sweden and the UK: A longitudinal and comparative study. *Journal of Intellectual Capital*, 6, pp. 417-426.

Vergauwen, P., Bollen, L., Oirbans, E., 2007. Intellectual capital disclosure and intangible value drivers: an empirical study. *Management Decision*, 45, pp. 1163-1180.

Vergauwen, P.; van Alem, F., 2005. Annual report IC disclosures in The Netherlands, France and Germany. *Journal of Intellectual Capital*, 6, pp. 89-104.

Vernon, J.R., 1971. Separation of ownership and control and profit rates, the evidence from Banking: comment. *The Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 6 (1), pp. 615-625.

Verrecchia, R.E., 1983. Discretionary disclosure. *Journal of Accounting and Economics*, 5, pp. 179-194.

Verrecchia, R.E., 1999. Disclosure and the cost of capital: A discussion. J*ournal of Accounting and Economics*, 26, pp. 271-283.

Vieira, R., 2009. Paradigmas teóricos da investigação em contabilidade. Em: M.J. Major, R. Vieira, eds. 2009. *Contabilidade e controlo de gestão. Teoria, metodologia e prática.* Lisboa: Escolar Editora, pp. 11-324.

Vieira, R., Major, M.J., Robalo, R., 2009. Investigação qualitativa em contabilidade. Em: M.J. Major, R. Vieira, eds. 2009. *Contabilidade e controlo de gestão. Teoria, metodologia e prática.* Lisboa: Escolar Editora, pp. 131-164.

Voight, P., Stanfield, S., 1990. Content Analysis for Communication and Forensics Researchers: A Summary of Current Methodological Treatments. *National Forensic Journal*, pp. 105-107.

Walter, I., 2009. Economic Drivers of Structural Change in the Global Financial Services Industry. *Long Range Planning*, 42, pp. 588-613.

Wang, W., Lu, W., Wang, Y., 2011. The relationship between bank performance and intellectual capital in East Asia. *Quality & Quantity*. August, pp. 1-22.

Watson, R., Wilson, N., 2005. Board Pay and the Separation of Ownership from Control in U.K. SMEs. *Small Business Economics*, 24, pp. 465-476.

Watts, R. L., Zimmerman, J. L., 1978. Towards a Positive Theory of the Determination of Accounting Standards. *The Accounting Review*, 53 (1), pp. 112-134.

Watts, R. L., Zimmerman, J. L., 1979. The Demand for and Supply of Accounting Theories: the Market for Excuses. *The Accounting Review*, 54 (2), pp. 273−305.

Watts, R.L., Zimmerman J.L., 1990. Positive Accounting Theory: A Ten Year Perspective. *The Accounting Review*, 65, pp. 131-156.

White, G., Lee, A., Tower, G., 2007. Drivers of voluntary intellectual capital disclosure in listed biotechnology companies. *Journal of Intellectual Capital*, 8, pp. 517-537.

White, G., Lee, A., Yuningsih, Y., Nielsen, C., Bukh, P.N., 2010. The nature and extent of voluntary intellectual capital disclosures by Australian and UK biotechnology companies. *Journal of Intellectual Capital*, 11 (4), pp. 519-536.

Whiting, R.H, Woodcock, J., 2011. Firm characteristics and intellectual capital disclosure by Australian companies. *Journal of Human resource Costing & Accounting*, 15 (2), pp. 102-126.

Whiting, R.H., Miller, J.C., 2008. Voluntary disclosure of intellectual capital in New Zealand annual reports and the "hidden value". *Journal of Human Resource Costing & Accounting*, 12 (1), pp. 26-50.

Williams, S.M., 2001. Is intellectual capital performance and disclosure practices related?. *Journal of Intellectual Capital*, 2, pp. 192-203.

Wong, M., Gardner, C., 2005. Intellectual capital disclosure: New Zealand evidence. Em: *AFFANZ 2005 conference*. Melbourne-Australia.

Woodcock, J., Whiting, R.H., 2009. Intellectual Capital Disclosures by Australian Companies. Em: *AFAANZ Conference*. Adelaide-Australia, julho 2009. Obtido em http://otago.ourarchive.ac.nz/bitstream/handle/10523/1562/03_2009_Ros_Whiting.pdf (Acedido em 3 fevereiro 2011).

Xiao, H., 2008. Corporate Reporting of Intellectual Capital: Evidence from China. *The Business Review*, 11, pp. 124-129.

Yau, F.S., Chun, L.S., Balaraman, R., 2009. Intellectual Capital Reporting and Corporate Characteristics of Public-Listed Companies in Malaysia. *Journal of Financial Reporting & Accounting*, 7 (1), pp. 17-35.

Yi, A., Davey, H., 2010. Intellectual capital disclosure in Chinese (mainland) companies. *Journal of Intellectual Capital*, 11 (3), pp. 326-347.

Yuen, D., Liu, M., Zangh, X., Lu, C., 2009. A Case Study of Voluntary Disclosure by Chinese Enterprises. *Asian Journal of Finance & Accounting*, 1 (2), pp. 118-145.

Yusoff, W.F., Lim, W., 2011. IC Reporting in traditional sectors of Malaysian public listed firms. *Journal of Modern Accounting and Auditing*, 7 (9), pp. 966-973.

Zhang, Z.X., 2005. *Disclosure of intellectual capital by publicly traded software firms*. Tese Mestrado. Universidade de Waterloo.

Zimmerman, M.A., Zeitz, G.J., 2002. Beyond Survival: Achieving New Venture Growth by Building Legitimacy. *The Academy of Management Review*, 27 (3), pp. 414-431.