

FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO E NEGOCIOS DE SERGIPE -
FANESE
NÚCLEO DE PÓS-GRADUAÇÃO E EXTENSÃO - NPGE
CURSO DE PÓS-GRADUAÇÃO "LATO SENSU"
ESPECIALIZAÇÃO EM AUDITORIA E CONTROLADORIA

UANDSON ALMEIDA ALVES

CAPITAL INTELECTUAL: Mais um desafio à contabilidade.

Aracaju - SE
2010

UANDSON ALMEIDA ALVES

CAPITAL INTELECTUAL: Mais um desafio à contabilidade.

**Trabalho de conclusão de curso
apresentado ao Núcleo de Pós-
graduação e Extensão da
FANESE, como requisito para
obtenção do título de Especialista
em Auditoria e Controladoria**

Aracaju - SE
2010

UANDSON ALMEIDA ALVES

CAPITAL INTELECTUAL: Mais um desafio à contabilidade.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Núcleo de Pós-Graduação e Extensão – NPGE, da Faculdade de Administração e Negócios de Sergipe – FANESE, como requisito para obtenção do título de Especialista em Auditoria e Controladoria.

Nome completo do Avaliador

Nome completo do Coordenador do curso

Nome completo do aluno

Aprovado (a) com média: _____

Aracaju (SE), ____ de _____ 2010.

Resumo

Capital Intelectual é algo muito importante para o meio empresarial hoje em dia, e este breve trabalho teve como principal objetivo demonstrar a grande dificuldade de mensuração deste tipo de capital, compreendendo também a toda sua contextualização e seus aspectos de uma forma geral.

Neste artigo, podemos visualizar conceitos, definições, além de exemplos de como o conhecimento agrega valor econômico às entidades e a necessidade que a classe contábil mundial enfrenta para conseguir auferir em valor monetário este tipo de ativo intangível, e em seguida inseri-lo nas demonstrações financeiras já existentes e aceitas no meio econômico.

Encontramos também, o funcionamento geral do primeiro modelo de mensuração sobre o capital intelectual a ser divulgado no mercado, o chamado “navegador do grupo Skandia”, modelo esse detém livre acesso a todas as áreas nas grandes corporações que as utilizam, e que se apresenta de uma maneira muito interessante com bastante dinamismo e versatilidade sobre todos os aspectos necessários para a valoração deste ativo.

Palavras-chaves: conhecimento, recurso econômico, capital intelectual, mensuração.

Abstract

Intellectual capital is something very important for the big companies nowadays, and this brief work has as its mainly purpose the great hardness in measuring this kind of capital as well as its presence in context and its general aspects.

In this article we can visualize concepts, definitions yonder examples of how knowledge aggregate economic value to the entities and the need that the world accountancy class faces to profit in monetary value this kind of intangible asset and then insert it in the financial demonstrations already existent and allowed in the financial market. We also find the general work of the first model of measurement, about the intellectual capital that will become known in the market.

The so called “navigator of the Skandia group” which receives this name due to the fact that it has free access to the five areas chosen for the development of the work, and that presents itself in a very interesting way, with much dynamic and versatility above all the necessary aspects to the valorization of this asset in the accountancy demonstrations.

Keywords: knowledge, economic resources, intellectual capital, measurement.

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	07
2 CONHECIMENTO COMO RECURSO ECONÔMICO.....	08
3 ATIVOS INTANGÍVEIS.....	09
4 CAPITAL INTELECTUAL: CONCEITOS E CONSIDERAÇÕES.....	10
5 O DESAFIO DA MENSURAÇÃO.....	13
6 GRUPO SKANDIA: O DESAFIO FOI ACEITO.....	14
6.1 Primeiros passos.....	15
6.2 Estrutura do navegador.....	16
6.3 Valores e finalidades dos focos.....	17
6.4 Fórmula do capital intelectual.....	20
7 CONCLUSÃO.....	22
REFERÊNCIAS.....	24

1 – Introdução

Onde será que vamos parar? Será que ainda existem mercados a serem descobertos ou produtos a serem inventados? Estamos no ápice tecnológico? Mp3, iphone, DVD, Bluetooth, redes Wi-fi, nano moléculas, um dia tudo isso poderá ser obsoleto? Ainda há espaço para novidades? São muitas as indagações com respeito à tecnologia e todas essas perguntas são facilmente respondidas, basta sabermos que todo tipo de descoberta é fruto do conhecimento humano, principal capacidade que nos diferencia dos demais seres. Dessa forma é fácil concluir que nós nunca vamos parar de descobrir ou inventar coisas. Vivemos em constante evolução. Se a ciência e a tecnologia fossem tratadas como grandezas vetoriais ou unidades de medidas, poderíamos afirmar que seriam grandezas diretamente proporcionais ao tempo, pois quanto mais o tempo passa, mais avanços tecnológicos e científicos acontecem tudo isso devido exclusivamente a nós que somos os únicos detentores e manipuladores do conhecimento, únicos seres capazes de evoluir, de criar novos caminhos, novos conceitos e mudarmos o meio em que vivemos, em virtude da nossa ganância e do nosso desejo.

No presente trabalho, será abordada uma riqueza que sempre existiu, que sempre se falou, porém poucas vezes foi tão estudado e tratado como o grande gerador de recursos, e só agora esta tendo o tratamento que merece, essa riqueza está no conhecimento, no nosso poder de transformar, de inovar, que virou tendência nesse período pós crise mundial. Tudo isso atrelado aos “antigos” meios de produção, esta sendo denominado na classe econômico-empresarial de “capital intelectual”, a partir de agora o homem é a chave da riqueza das empresas e será demonstrado neste breve artigo na maioria dos seus aspectos, desde o surgimento até as suas definições mais atuais.

O capital intelectual vem sendo identificado como a diferença entre o valor contábil e o valor de mercado das ações de uma empresa, ou seja, ele é o responsável pela capacidade de gerar liquidez e de agregar valor as companhias, é a chamada era do conhecimento que esta ocasionando mudanças profundas no seio da economia global.

“(…) Esse período de gradativas mudanças na economia mundial, vivenciado mais intensamente nas últimas décadas, vem sendo apontado por muitos estudiosos do assunto como um período de transição de uma sociedade industrial para uma sociedade do conhecimento, pois, aos demais recursos existentes, e até então valorizados e

utilizados na produção – terra, capital e trabalho – junta-se o conhecimento, alterando principalmente a estrutura econômica das nações, e sobretudo, a forma de valorizar o ser humano, já que só este detém o conhecimento (...)" (Antunes 2000, p.18).

A partir destes aspectos, é imprescindível que o capital intelectual tenha um tratamento contábil adequado, este trabalho tenta nos mostrar isto, o enorme desafio que contabilidade esta vivendo, relatando sobre suas necessidades de mensuração juntamente com suas vantagens e conseqüências para a sociedade de uma forma geral, enfatizando inclusive, a primeira tentativa de divulgação do capital intelectual de uma empresa, visualizando como foi feito o trabalho para esta mensuração, e trazendo ainda informações importantes à cerca do conhecimento dentro das grandes corporações e o reflexo na economia mundial.

2 – O conhecimento como recurso econômico

Em decorrência de uma série de modificações econômicas, sociais, tecnológicas e políticas que moldaram a década de 60, foram produzidas algumas mudanças profundas nos valores e na estrutura da sociedade, na medida em que foi agregado aos fatores de produção, um novo fator: o fator conhecimento, que desde então passou a ser objeto de estudos e a ter extrema importância nas entidades, como já sabemos.

A partir daí, iniciou-se um difícil trabalho de tentar enfocar o impacto causado pelo conhecimento dentro das organizações, conseqüentemente os pesquisadores da área esbarravam-se na extrema dificuldade de mensuração do mesmo devido a sua enorme subjetividade, alguns autores o consideram como o mais intangível dos ativos intangíveis.

Mas isso não conseguiu conter o avanço do conhecimento como recurso econômico, pois o mesmo leva uma enorme vantagem em relação aos demais ativos já conhecidos, devido ao fato de não se esgotar com o tempo. O conhecimento é um tipo de recurso ilimitado e por incrível que pareça se valoriza na medida em que se torna mais abundante na sociedade. Com isso, passou a ser o foco das grandes corporações que tentam produzir novos produtos, totalmente diferente do que ocorria na época dos primórdios econômicos, onde a riqueza era oriunda apenas das terras e dos recursos naturais.

Então o conhecimento está sendo atrelado aos famosos pilares da economia clássica sendo ele o causador de vários conflitos no mundo moderno. Atualmente, é comum encontrarmos empresas tentando descobrir fórmulas secretas de seus concorrentes, contratando funcionários devido ao seu know-how e profissionais cada vez mais capacitados, tudo isso é fruto da constante necessidade de novos mercados para as grandes companhias, que vêm na qualificação de seu pessoal o caminho para o sucesso.

É inegável o seu valor e nos tempos modernos fica cada vez mais óbvio que uma empresa que tenha em seu alicerce o conhecimento acoplado aos meios de produção e aplica altas quantias em desenvolvimento e pesquisa, leva uma enorme vantagem neste mercado extremamente competitivo, em que ter apenas competência não basta, é necessário ter um algo a mais, um plus, uma diferença, e o que irá determinar o que é essa diferença ou esse algo a mais, será a inteligência organizacional, em termo genérico, o conhecimento.

Ocorreram várias conseqüências no mundo empresarial desde quando o Capital Intelectual passou a ser utilizado como recurso econômico, tais como o aumento da procura por mão-de-obra qualificada, mudanças nos insumos básicos dos produtos, que passam se preocupar em consumir menos recursos naturais e a requerer mais dos recursos intelectuais, crescimento generalizado da indústria de serviços, mais especificamente da produção de software e entretenimento, grande crescimento da participação feminina no mercado de trabalho, dentre vários outros fatores, que caracterizam a economia mundial, fruto do próprio desenvolvimento da sociedade.

Atualmente este tipo de ativo está em tudo que compramos, vendemos ou produzimos, quando o nosso celular toca, por exemplo, ali está funcionando uma alta tecnologia, que foi fruto de muitos estudos e de um vasto conhecimento técnico, quando entramos em um carro de ultima geração ou ligamos o nosso computador, nos deparamos com um fantástico desenvolvimento tecnológico, resultado de anos de pesquisas, avaliação de tendências, entre outras, que se organizaram usando o conhecimento na busca pela tecnologia e pelo sucesso nas vendas.

Tudo isso só comprova o impressionante poder do conhecimento, principalmente nos dias de hoje, em que este mesmo conhecimento aliado à inteligência operacional e organizacional pode ser sinônimo de notoriedade e liderança de mercado.

3 – Ativos intangíveis

São bens de extrema subjetividade, direitos incorpóreos, sem expressão física, ou seja, não podem ser tocados, como por exemplo, o logotipo de uma empresa existe ainda vários outros tipos de ativos intangíveis como os direitos autorais, patentes, pesquisas e desenvolvimento, etc.

Esses ativos, do qual muitos ainda não são lançados nos relatórios gerenciais e tão pouco nos balanços patrimoniais, podem representar um valor bastante significativo para uma empresa. Eles são de extrema importância para as entidades, como por exemplo, “a marca” de um produto, que apesar de toda a sua intangibilidade, pode ser responsável direto por 10%, 20%, 30%, 50% ou até mesmo 100% das vendas de determinado produto inserido no mercado, um exemplo claro disso, são as grifes que exploram o comércio de roupas e calçados, nesses casos a marca chega a determinar a venda do produto, se for de uma grife famosa, é bem provável que seja vendido facilmente pelas lojas, e é essa grande facilidade de venda, que muitas vezes não se encontra nos balanços das companhias.

O custo tangível do Windows 95, produzido pela Microsoft, representa apenas 10% do valor total, sendo a diferença atribuída ao conhecimento (ALCÂNTARA 1995, *Apud* ANTUNES 2000).

Avaliá-los é a grande dificuldade da contabilidade hoje em dia, devido aos fatores que influenciam esse tipo de ativo ser de origem incorpórea, ou seja, não diretamente mensuráveis, mas que fazem parte do conjunto de elementos patrimoniais que estão disponíveis para a gestão, sendo eles intangíveis ou não. Apesar de toda a problemática para a mensuração dos mesmos, ainda existem algumas técnicas para auferi-las, de muita complexidade, mas alguns desses ativos já podem ser mensurados.

Recentemente, foi criada no Brasil a lei 11.638/07, que substitui alguns itens da antiga lei 6.404/76, a famosa lei das SA's, esta nova lei cria e obriga a divulgação do subgrupo intangível nos balanços patrimoniais das grandes companhias, no qual devem ser registrados os direitos que tenham por objetos bens incorpóreos, tudo isso para que o país possa entrar em sintonia com as mudanças que estão ocorrendo neste sentido pelo resto do mundo.

4 – Capital intelectual: Conceitos e considerações

Com a concepção de que o conhecimento agrega valor a uma entidade, surgiu a expressão “capital intelectual” com o propósito de tentar inserir o conhecimento nas demonstrações contábeis.

O capital intelectual pode ser considerado como a soma do conhecimento de todas as pessoas numa empresa. Tem como característica a complexidade de atribuição do seu valor, dificuldade de controle e todas as demais características encontradas nos ativos intangíveis.

São vários os conceitos de capital intelectual, segundo Thomaz A. Stewart, (primeiro autor que abordou em um artigo o conceito de capital intelectual na revista americana chamada Fortune em 1994 com o título “your company’s most valuable asset: intellectual capital), o capital intelectual pode ser encontrado em três lugares: nas pessoas (capital humano), que é o poder de inovação, a capacidade necessária para que os indivíduos ofereçam soluções aos clientes, ou seja, pessoas cujo talento e experiência criam produtos e serviços que são o motivo pelo qual os clientes procuram a entidade e não suas concorrentes; nas estruturas (capital estrutural), que é a transformação do conhecimento dos indivíduos em um ativo da entidade, é o auxílio da tecnologia da informação, das telecomunicações, entre outras para o conhecimento; e nos clientes (capital de clientes) que é a assiduidade e fidelidade dos mesmos na empresa, este capital aumenta quando a entidade e seus clientes aprendem uns com os outros, tornando suas intenções mais informais. Criando uma união entre estas três partes, será formado o capital intelectual.

Para Annie Brooking (1996, p.12-13 apud Antunes, 2000 p. 78) o capital intelectual é uma combinação dos ativos intangíveis, dividindo-os em quatro categorias: ativos de mercado, ativos humanos, ativos de propriedade intelectual e ativos de infra-estruturas.

Já Edvinsson e Malone (1998, apud Antunes 2000) analogicamente compararam uma empresa a uma árvore, considerando a parte visível como tronco, galhos e folhas, a que esta descrita nas demonstrações contábeis e outros documentos, e a parte que esta abaixo da superfície, as raízes, ao capital intelectual, que são fatores ocultos que embasam a empresa visível formada por edifícios e produtos.

Existe certa urgência da contabilidade, no tocante à mensuração deste capital, para que o real valor seja atribuído às companhias, a seguir veremos vários fatos que traduzem essa discrepância de valores por falta de inclusão do capital intelectual nas demonstrações.

A Southwest Air Lines é avaliada a um preço maior do que outras empresas aéreas tradicionais muito maiores. A Intel depara-se com um grande escândalo devido à deficiência em seu principal produto, o Chip Pentium, e os preços de suas ações mal chegaram a oscilar. A Netscape, uma empresa de 17 milhões de dólares de patrimônio e com apenas 50 empregados, abriu seu capital mediante uma oferta inicial de ações que atribuiu à empresa um valor de 3 bilhões de dólares no fim do dia (EDVINSSON e MALONE 1997, *Apud* ANTUNES 2000).

Todas essas informações deixam claro que existe algo que está agregando valor às empresas, que é o capital intelectual, que faz uma enorme diferença na avaliação de mercado.

No decorrer dos anos, também aconteceram algumas tentativas de mensuração deste ativo, que foram elaborados por muitos estudiosos sobre o tema, alguns até conseguiram ser aceitos com suas fórmulas, mas ainda não se conseguiu chegar a um consenso final sobre que conceito usar para uni-lo as demonstrações contábeis já existentes.

As principais tentativas de mensuração do capital intelectual foram as seguintes:

- Diferença entre valor de mercado e o valor contábil;
- Razão entre o valor de mercado e o valor contábil (market-to-book);
- “Q” de Tobin;
- Navegador de capital intelectual – Modelo Stewart;
- Modelo de Edvinsson & Malone – Modelo Skandia (empresa sueca a mais de 150 anos no mercado de seguros e serviços financeiros e foi a primeira a elaborar uma demonstração contendo o capital intelectual);
- The value Explorer;
- Intellectual capital benchmarking system;
- The value chain scoreboard;

Todos esses modelos foram tentativas de mensurar o capital intelectual, qual delas está certa? Ou errada? Isso só o tempo irá dizer, o que é fato, é que talvez não seja possível elaborar um único modelo de capital para todos os tipos de entidades, o que podemos perceber é que a forma de mensuração poderá variar de acordo com o objeto de cada organização. Neste trabalho,

abordaremos sobre o modelo do grupo Skandia, para termos uma noção do funcionamento de pelo menos um destes modelos.

5 – O desafio da mensuração

O atual momento do mundo empresarial evidencia a necessidade de mensuração deste tipo de capital, pois já é conhecido o valor que o mesmo pode trazer a uma entidade.

Automaticamente, surgiram algumas perguntas em relação a essa mensuração: o que mudará no mercado? O profissional será mais valorizado? Pequenas empresas passariam a ser grandes? De fato, não podemos saber qual será o comportamento do mercado quando for possível a mensuração de forma clara e objetiva deste tipo de ativo, temos que esperar que o próprio mercado nos dê a resposta.

É necessário ressaltar que o capital humano (parte que forma o capital intelectual) deve ser explorado e lapidado, pois ele não funciona sozinho, necessita de um ambiente operacional agradável e condições para que possa fluir, tendo que estar totalmente integrado com a empresa.

Mas diante de todos os conceitos até hoje elaborados e da alta tecnologia disponível, ainda nos reportamos à grande dificuldade inicialmente encontrada: a falta de mensuração.

Contabilmente falando, quando uma empresa gasta com treinamento de profissionais, sejam eles de qualquer área, registra uma despesa ou custo em sua contabilidade, até aí está tudo de acordo com os princípios contábeis, mas será que essa despesa não seria melhor classificada como um investimento em seu capital humano? Pois este treinamento trará retorno à empresa e deveria ser tratado de outra maneira.

O grande propósito da contabilidade é fornecer informações úteis às empresas, para que se tomem decisões racionais sobre investimentos, tributações, créditos, dentre outros. O que ocorre é que a contabilidade de fato fornece inúmeras informações de grande utilidade, mas não consegue exatidão na tocante aos ativos intangíveis, devido à dificuldade de mensuração dos mesmos. Se a contabilidade conseguisse demonstrar todas as informações correspondentes aos bens intangíveis com extrema exatidão, o valor de mercado de algumas companhias, por exemplo, seria sempre igual ao valor contábil, não haveria tanta discrepância entre estes valores.

Mais importante, em toda a discussão, é que o Contador, bem ou mal, conservadoramente ou agressivamente, numa fase ou outra da evolução histórica, conforme se trate de Contabilidade Financeira ou Gerencial, tem *a coragem* de atribuir mensuração aos elementos do ativo, passivo e patrimônio líquido, bem como aos fluxos de renda e de caixa. É sem dúvida, a profissão mais arrojada, pois pretende traduzir em demonstrações contábeis, em números, notas explicativas e poucas evidenciações outras, uma realidade tão complexa quanto à da entidade. Por isso é tão criticada, pois não consegue agradar, nem aos tradicionalistas, muito menos aos que desejariam que o balanço retratasse *o valor* da entidade na data, algo que um eventual comprador consideraria, se quisesse adquiri-la. (...) Quanto mais evoluirmos em nossa ciência, mais nos afastaremos do custo e mais no aproximaremos do valor, sem, provavelmente, nunca alcançá-lo (IUDÍCIBUS 1998, Apud ANTUNES 2000 p.64).

Com isso percebemos que a contabilidade esta diante de um enorme desafio, na medida em que se observa o real valor de uma empresa não se limita apenas a seus ativos tangíveis, mas principalmente no que se refere aos seus ativos intangíveis. Diante deste fato, não podemos limitar as informações contábeis aos bens corpóreos ou a métodos obsoletos de balanços e demonstrações contábeis, pois correremos o risco de não evidenciar o que realmente esta agregando valor à entidade.

De fato, que a partir do momento que essa barreira for quebrada, as grandes corporações, as pequenas empresas e os demais tipos de entidades, passaram a valorizar ainda mais o trabalho do profissional de contabilidade, e certamente trará consequências para o mercado, como a busca por mão-de-obra qualificada, aperfeiçoamento de sistemas operacionais, maior investimento em pesquisas e desenvolvimento, valorização do capital humano, que é maior riqueza das empresas, etc.

6 – Grupo Skandia: O desafio foi aceito

A Skandia foi o primeiro grupo a divulgar um relatório contendo dados sobre a avaliação do capital intelectual de suas empresas, este relatório foi divulgado em 1995 como suplemento as demonstrações contábeis e financeiras de 1994. Desde então vem despertando o interesse de pesquisadores do meio empresarial e principalmente da mídia especializada.

Na condição de 4º maior grupo financeiro do mundo (em 1994), a Skandia atua na área de prestação de serviços financeiros e seguros, opera em 23 países, e tem como principal objetivo criar valor para seus acionistas por meio do foco em seus clientes, pela oferta de valor para seus acionistas também por meio do foco em seus clientes e pela oferta de serviços inovativos pelo aumento da produtividade e eficiência.

Este modelo foi desenvolvido pelos então diretores do grupo Jan Carendi e Leif Edvinsson, o que diferencia este modelo de capital intelectual dos demais é a abrangência, seus criadores tiveram como meta tanto a valoração quanto a dinâmica do conjunto que denominaram de navegação, que logo em seguida passou a ser conhecida como “o navegador da Skandia”.

6.1 – Primeiros passos

Os executivos da Skandia criaram para o início do trabalho de mensuração, um setor denominado Capital Intelectual (CI), semelhante aos diversos setores funcionais das entidades, em uma de suas subsidiárias chamada Skandia Assurance & Financial Service (AFS), que atua na área de serviços financeiros e seguros de vida.

Este novo setor tinha como função incentivar e desenvolver novos instrumentos para avaliação e medição do capital intelectual, estabelecer um elo entre o setor de CI e os demais setores.

A primeira grande dificuldade deste setor foi identificar e ampliar a visibilidade e a mensurabilidade dos ativos tangíveis e intangíveis, para poder levantar os valores ocultos (intangíveis) da empresa, captar e apoiar a apresentação de idéias, com avanço da pesquisa, foi elaborado uma relação com mais de 50 itens que possuíam valor mais não eram elencados pela contabilidade, itens como tecnologia, competência, dentre outros.

Feito os primeiros passos, à equipe responsável pelo trabalho teve suas primeiras conclusões de que o capital intelectual não se subordina às informações financeiras, sendo o mesmo a lacuna existente entre o valor de mercado e o valor contábil, e considerando este capital como item do passivo, a que de início causa um certo espanto, mas o capital intelectual foi considerado neste trabalho como um empréstimo feito pelos clientes e colaboradores (funcionários), ou seja, tratado como fonte de recurso.

6.2 – Estruturas do navegador

Os executivos da Skandia conseguiram identificar certos valores de sucesso para a entidade que deveriam ser incorporados a esta estratégia organizacional, conseqüentemente estes valores foram agrupados em 5 áreas distintas.

A primeira era a área de foco financeiro, voltada a identificar e mensurar os retornos obtidos, a segunda é a área de foco de clientes, totalmente desenhada para entender, resolver e perscrutar as vontades da clientela, a terceira é a área de foco nos processos responsável pela execução das rotinas operacionais e logísticas, a área de foco na renovação e desenvolvimento é a quarta, que por sua vez servia de base para a reciclagem e desenvolvimento de novos produtos mecanismos mais eficientes e por último, a área de foco humano totalmente voltado ao colaborador e que mensurava índices estratégicos como satisfação e domínio dos serviços.

Após a identificação destas áreas, foram estabelecidos indicadores em cada uma delas para que pudessem medir e avaliar seus desempenhos. A combinação dessas 5 áreas diferentes resultam em um relatório diferente, muito mais dinâmico que apontam para diversos aspectos.

O navegador tem o formato de uma casa é explicado metaforicamente pelos seus criadores como a representante da própria entidade, ou seja, conforme se adentra na casa tem-se contato com as paredes, que é o presente da empresa representado pelo foco no cliente e nos processos, em seu alicerce, sua base para o futuro, o foco na renovação e desenvolvimento, tendo como telhado (cobertura) o foco financeiro que representa o passado da empresa e ao centro dando sustentabilidade a toda a estrutura, o foco humano, principal força de qualquer organização. Sem esquecer que cada área dessas possuem seus indicadores.

Basicamente as funções deste navegador eram:

- Perscrutar as mensurações: agrupa todas as informações e os separa por categorias, depois uni todas formando um todo coeso, que possa agir como um guia com mais precisão.
- Olhar para o alto, em direção as medidas mais abrangentes de valor: significa dizer que esse modelo processa todas as informações num patamar mais elevado de abstração.

- Olhar para fora em direção ao usuário: quer dizer que o modelo deve ser de fácil entendimento e visualização para os usuários.

O modelo do navegador apresentado (evidenciando o ambiente operacional da empresa) pelos dirigentes e idealizadores do árduo trabalho do grupo Skandia foi o seguinte:

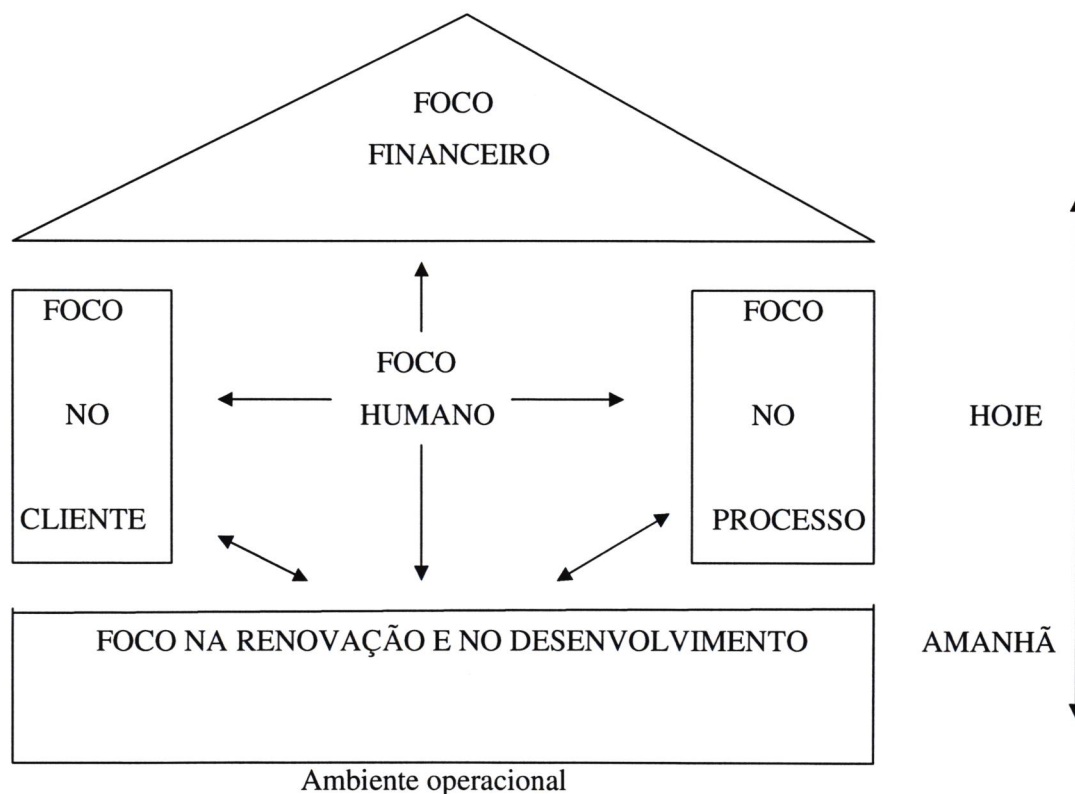


Figura 01 – Navegador Skandia

Fonte: Edvisson & Malone 1998 *apud* Antunes 2000

Como vimos, o navegador é tratado em áreas de foco diferente, e para entendermos ainda mais, temos que analisar o valor real de cada foco individualmente.

6.3 – Valores e finalidades dos focos

Os focos abordados por este navegador funcionavam como áreas separadas dentro do ambiente operacional da empresas, e através deles foram formulados índices para uma melhor avaliação de cada foco.

O foco financeiro funcionava como uma espécie de termômetro que media (avaliava) o desempenho dos demais focos, as informações nele contidas serviam como um feedback para uma posterior análise. Nele era evidenciada a transformação de uma tecnologia em receita para a empresa.

Este foco foi dividido em 3 partes, a primeira parte foi com relação aos dados financeiros da empresa que é a situação encontrada, ou o que mais aconteceu de recente na empresa, originada de operações com pessoas, clientes e processos. Esses dados são encontrados nos comunicados a imprensa, notas explicativas, avaliação de analistas e avaliação de desempenho.

A capitalização financeira foi a segunda e por sua vez, teve a função de medir, procurar, filtrar e traduzir as informações preliminares, após todo esse processo ela separa as informações em 4 tipos de índices:

- Cumulativo: relacionado a alguma atividade de finanças. Exemplo: valor de mercado.
- Competitivo: compara algum segmento do desempenho da empresa com o do setor. Exemplo: perda comparada a media do setor.
- Comparativo: inclui duas variáveis dentro da empresa. Exemplo: valor agregado por empregado.
- Combinado: inclui mais de duas variáveis dentro da própria empresa. Exemplo: retorno sobre ativo liquido originário de despesas com um novo negócio.

E a ultima parte, a documentação financeira que é o formato final dos dados financeiros, é o resultado da transformação dos ativos individuais de capital intelectual em recursos financeiros.

Dentre todos os indicadores contidos no foco financeiro, o valor agregado por empregado é considerado pela Skandia como o mais importante de do grupo, outro índice considerado de muita importância é o índice de valor agregado por numero de empregados em

tecnologia de informação, pois este fornece visão multidimensional e multivariável de como os empregados nesta tecnologia da empresa operam juntos para agregarem valor.

O foco de clientes consiste em encontrar parâmetros que capacitem a nova fase da relação entre clientes e empresas, relação essa que mudou profundamente nos últimos anos com novas exigências e necessidades que às vezes chegam até no acompanhamento de clientes no pós-venda.

Nesta área, os indicadores foram feitos com base em 5 aspectos diferentes relacionado aos clientes, esses aspectos são: o tipo de cliente, duração do cliente, sucesso do cliente, papel e suporte do cliente. Os principais indicadores eram o número de clientes, considerando o tamanho do mercado; números de clientes perdidos representando a perda nos anos passados e projetando uma média dessa perda para o futuro, etc.

O valor real do foco no processo tratava da tecnologia como instrumento para apoiar a criação do valor real da empresa, e procura calcular os índices que atribuisse valor monetário a tecnologia de processo adquirida somente quando esta contribui para o valor da empresa, que acompanhasse a idade e o atual suporte oferecido pelo fornecedor a tecnologia de processo da empresa, incorporasse um índice de desempenho de processo para as metas padronizadas, dentre outros.

Os principais índices deste foco são os custos de erros administrativos por receitas gerenciais, medindo a eficiência do desempenho da empresa; computadores por empregado, que indicam o nível de penetração tecnológica no trabalho diário.

Já na área de renovação e desenvolvimento se tentava projetar o futuro imediato, procuravam visualizar chances ou oportunidades que iriam definir o futuro e ainda tentar prever as prováveis mudanças que poderão ocorrer. Com isso a equipe da Skandia baseada em seu know-how, definiu 6 áreas das quais as empresas podem se preparar para mudanças e promover sua renovação. Essas áreas são:

- Clientes;
- Atração no mercado;
- Produtos e serviços;
- Parceiros estratégicos;
- Infra-estrutura;

- Empregados;

Seus principais índices foram às despesas com desenvolvimento de competências por empregados, enfatizando atividades para tornar o empregado mais produtivo; porcentagem de empregados com menos de 40 anos, que mostra a condição de renovação humana da empresa; dentre vários outros.

Por ultimo se encontra o foco humano que é o foco mais importante, pois interage sobre os demais, a equipe da Skandia reconhece que sua avaliação é a mais difícil do modelo. Diante disso, qualquer tipo de mensuração teria que considerar primeiramente 3 aspectos: ser bem fundamentado, para não medir algo que pareça ser importante mais que não seja; ser bem estruturada, para não conter outras variáveis subjetivas; e relacionar a medição com a causa final, tentando refletir os valores em mudanças na sociedade.

Os principais indicadores do foco humano são: índice de empowerment, que determina quanto controle os empregados julgam possuir em suas atividades diárias; numero de gerentes do sexo feminino, considera que as entidades devem possuir pessoas com experiências de vida e personalidades diferenciadas; porcentagem dos gerentes da empresa com formação avançada em gestão de negócios, dentre vários outros.

6.4 – Fórmula do capital intelectual

Após cada avaliação de cada área de foco, é chegada à vez de calcular o valor do capital intelectual, vale lembrar que outras entidades que atuem em outros ramos de comercio, necessitem de índices diferentes dos que foram mencionados neste trabalho, para a avaliação do capital intelectual.

Assim sendo, a formula utilizada foi a seguinte:

$$\text{Capital Intelectual Organizacional} = i \times C$$

Onde, C = valor monetário do capital intelectual;

i = Coeficiente de eficiência;

O valor de “C” é oriundo de uma relação de indicadores mais representativos de cada área de foco, expresso monetariamente, e referem-se ao exercício social. São 21 indicadores, alguns desses são: receitas resultantes da atuação em novos negócios; investimentos no serviço ao cliente; investimentos no desenvolvimento de parcerias / Joint Ventures; investimentos em novas patentes e direitos autorais, dentre outros.

O valor de “i” também é originado dos indicadores mais representativos de cada área de foco, só que são expressos em porcentagens ou quocientes, alguns deles são:

- 1 – Participação no mercado (%)
- 2 – Índice de liderança (%)
- 3 – Índice de motivação (%)
- 4 – Índice de horas de treinamento (%)
- 5 – Índice de satisfação dos clientes (%)

Para a aplicação da formula, é necessário somar todos os índices do “C” e “i”, para obter a média aritmética de cada, e daí inseri-los na formula e determinar o valor do capital intelectual, partindo de indicadores não financeiros para um resultado financeiro.

Este modelo de navegador demonstra que os componentes do capital intelectual (capital estrutural, de clientes e humano), apresentam-se de uma maneira interdependente, dinâmica e principalmente homogênea, ou seja, não se pode auferir de maneira excelente o capital estrutural sem que o capital de clientes ou humano esteja condizente, ou a empresa estar fortemente estruturada e não possuir clientes que compensem essa todo o investimento na estrutura.

Se esta forma de mensuração esta correta ou não, não se pode afirmar, ainda é muito cedo para apontarmos as falhas, até por que os próprios realizadores admitiram que o navegador é de caráter experimental, logo passível de erro, o fato é que este foi um dos poucos modelos até agora divulgados abertamente para a sociedade e representou um avanço enorme nos estudos dos métodos de avaliação de empresas e contribui para o aumento da discussão dos profissionais contábeis sobre o assunto na tentativa de encontrar um modelo ou alguma ferramenta capaz de auferir o capital intelectual.

Analizando este navegador podemos perceber que a contabilidade como ciência não esta tão obsoleta quanto parece em relação à subjetividade dos ativos, pois possui técnicas e da sustentação a criação de novas outras para que se possa apurar o valor contábil das empresas o mais próximo possível da realidade no mercado, o grande problema pode esta nas leis que normatizam e regulam a padronização e divulgações das demonstrações contábeis, que por sua vez, criam impedimentos legais para a utilização desses novos procedimentos descobertos, de uma certa forma resguardando a contabilidade de futuros erros que possam aparecer e que venham a ocasionar um desgaste no meio empresarial, mas estas normas deveriam ser mais maleáveis e dinâmicas para que pudessem acompanhar o avanço tecnológico na sociedade e principalmente nas grandes organizações, este acompanhamento é certamente o maior desafio da contabilidade moderna.

7 – Conclusão

É visível e notório o avanço do conhecimento como recurso econômico no mundo atual, e o capital intelectual é um evidente reflexo deste momento em que estamos passando, é uma verdadeira revolução tecnológica que vem culminando em novas práticas administrativas para o meio empresarial.

Pensando nisso, esse tipo de capital foi abordado neste trabalho de uma forma geral, em quase todos os seus aspectos, na tentativa de que pudéssemos visualizar melhor seus conceitos e sua necessidade de mensuração, demonstrando inclusive o modelo apresentado pelo grupo Skandia, pioneiro nesse tipo de análise, que possui um modelo dinâmico, mas que ainda não é definitivo, segundo os seus próprios idealizadores.

O certo é que muita coisa mudará a partir de quando se encontrar um modelo de mensuração que sirva para as empresas de uma maneira geral, e assim as conseqüências irão acontecendo em seu curso normal, como por exemplo, uma empresa que tenha seu potencial no capital intelectual, além da dificuldade da mensuração, podemos chegar a conclusão de que um outro problema pode vir a tona, que será o da motivação, pois o ser humano detentor do principal ativo de uma entidade, não é e não funciona como uma maquina, automaticamente otimizar a produção do conhecimento será um outro grande problema num futuro próximo, mas agora estamos diante do enorme desafio que é o da mensuração, precisamos inserir este recurso na

nossa cultura empresarial para que possamos transcrever este obstáculo o mais rápido possível e não nos tornarmos uma classe obsoleta diante do avanço do conhecimento.

A contabilidade certamente resolverá este problema, pois ela tem condições para isso, mas terá que alterar alguns de seus conceitos, e principalmente a legislação no tocante a divulgação de demonstrações contábeis, incluindo e exigindo a demonstração de bens intangíveis por meio de seus balanços patrimoniais e que com certeza farão a diferença nas empresas, claro que se resguardando, através de teste e muita discussão, de possíveis falhas e fraudes que por ventura venham a acontecer em virtude do alto grau de subjetividade destes ativos.

REFERÊNCIAS

ANTUNES, Maria Thereza Pompa, **Capital Intelectual**, São Paulo: Ed. Atlas, 2000.

DAVID, A. Klein, **A gestão estratégica do capital intelectual: recursos para a economia baseada em conhecimento**. São Paulo: Ed. Qualitymark, 1998. Tradução de Bazán tecnologia e lingüística.

MORALES Orozco, L. S., Polvo Hernández, K. 2003. Capítulo III. **Propuesta para el tratamiento contable - financiero del Capital Intelectual en México**. Tesis Licenciatura. Contaduría y Finanzas. Departamento de Contaduría y Finanzas, Escuela de Negocios, Universidad de las Américas Puebla. Mayo. Disponível em: <http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lcp/morales_o_ls/capitulo3.pdf> Acesso em: 26 de jan. 2010.

MARTINS, Eliseu. **Avaliação de empresas: da mensuração contábil à economia**. São Paulo: Ed. Atlas, 2001.

PACHECO, Vicente. **Mensuração e divulgação do capital intelectual nas demonstrações contábeis: teoria e empiria**. Revista brasileira de contabilidade, Brasília; Ano XXXV nº 160, p. 55-71, julho/agosto 2006.

SCHMIDT, Paulo; dos Santos, Jose Luiz, **Avaliação de Ativos Intangíveis**, São Paulo: Ed. Atlas, 2002.

STEWART, Thomas A., **A riqueza do conhecimento: o capital intelectual e a nova organização**, São Paulo: Ed. Campus, 2002. Tradução de Afonso Celso da Cunha Serra.