

AVALIAÇÃO DO CAPITAL INTELECTUAL NA PERSPECTIVA DA TRIDIMENSIONALIDADE DA LINGUAGEM CONTÁBIL

THE ASSESSMENT OF INTELLECTUAL CAPITAL FROM THE PERSPECTIVE OF THE TRI-DIMENSIONALITY OF THE LANGUAGE OF ACCOUNTANCY

ROMUALDO DOUGLAS COLAUTO

rdcolauto@terra.com.br

ILSE MARIA BEUREN

ilse@furb.br

RESUMO

O artigo aborda a avaliação do capital intelectual na perspectiva da tridimensionalidade da linguagem contábil. Para tanto, foi realizada pesquisa exploratória em fontes secundárias, com abordagem lógica dedutiva. Inicia com uma incursão teórica na contabilidade como linguagem dos negócios. Depois, aborda aspectos conceituais do capital intelectual e a relevância do mesmo como elemento de agregação de valor à empresa. Após, contempla os indicadores para avaliação do capital intelectual preconizados por Leif Edvinsson e Michael S. Malone, Thomas A. Stewart e Karl Erik Sveiby, por serem considerados pioneiros no processo de avaliação desses ativos intangíveis. Na seqüência, faz um comparativo das metodologias para avaliação do capital intelectual pesquisadas. Por fim, aborda a avaliação do capital intelectual na perspectiva da tridimensionalidade da linguagem contábil e apresenta as considerações finais ao estudo. Com base na pesquisa realizada, observou-se que os indicadores, de maneira geral, tentam identificar como as ações empregadas nas empresas influenciam o valor dos ativos, uma vez que o valor de mercado de uma empresa é constituído tanto pelo patrimônio visível quanto por seus bens intangíveis, particularmente o capital intelectual.

Palavras-chave: linguagem contábil, indicadores de avaliação, capital intelectual.

ABSTRACT

This article approaches the assessment of intellectual capital from the perspective of the tridimensionality of the language of accountancy. For this purpose, exploratory research was conducted using secondary sources, with a deductive logic approach. The article begins with a theoretical incursion into accountancy as the language of business. Afterwards it discusses conceptual aspects of intellectual capital and its relevance as a value-adding element of a company. It then examines the indicators for assessing intellectual capital as recommended by Leif Edvinsson and Michael S. Malone, Thomas A. Stewart and Karl Erik Sveiby – all considered pioneers in this process of assessing intangible assets. Next it compares the methodologies for the assessment of intellectual capital. Finally it discusses the assessment of intellectual capital from the perspective of the tri-dimensionality of the language of accountancy and presents its final considerations. On basis of the research, it was seen that the indicators usually try to identify how the actions of a company influence the value of its assets, since the market value of a company is made up both of its visible assets and its intangible assets, particularly intellectual capital.

Key words: language of accountancy, assessment indicators, intellectual capital.

INTRODUÇÃO

A intensificação do valor do conhecimento humano e da aprendizagem interativa contínua é premente para as organizações adquirirem e manterem diferencial competitivo na era da informação. Investir em pessoas e utilizar a inteligência plena dos participantes da empresa melhora a eficiência e a eficácia, ampliando, por conseguinte, a competitividade.

Segundo Arnosti *et al.* (2003), os ativos intangíveis representam o resultado da incorporação da informação e do conhecimento às atividades produtivas das entidades, entendendo-se que o conhecimento constitui um fator-chave na construção das vantagens competitivas. As capacidades se constroem e acumulam ao longo do tempo, a partir das experiências e de toda a estrutura das entidades. Evidenciar e avaliar essas capacidades são os desafios que se antepõem para o processo contábil.

Freqüentemente encontram-se críticas quanto à real capacidade da contabilidade retratar, em seus relatórios, certas realidades das empresas, tendo em vista o valor contábil das ações estar, muitas vezes, abaixo de seu valor de mercado. A diferença entre valor contábil e valor de mercado vem sendo atribuída ao *goodwill*, principalmente ao item capital intelectual. A preocupação da contabilidade com a mensuração do *goodwill* é secular. No entanto, o processo contábil o considera como um dos campos mais complexos, dada a subjetividade dos itens que permeiam o capital intelectual (Antunes e Martins, 2002).

O controle gerencial adequado do capital intelectual parte da hipótese de que os ativos e recursos disponíveis na empresa, como as pessoas, processos organizacionais e produtivos e tecnologias adotadas, somente serão relevantes caso seja possível utilizar, de forma eficiente, o conhecimento neles incorporado. O não reconhecimento do valor financeiro destes recursos intangíveis é, segundo Edvinsson e Malone (1998), a causa das discrepâncias entre os preços de aquisição de algumas empresas quando do processo de fusões e aquisições ocorrido na década passada nos Estados Unidos.

Da mesma forma, Sveiby (1998) chama a atenção para a dissonância entre o valor das ações de empresas listadas em bolsas de valores e o declarado nos balanços patrimoniais (Barbosa e Gomes, 2001). Uma das hipóteses aceitáveis para a discrepância no preço de avaliação das empresas está na diferença entre o valor contábil e o valor de mercado em função do capital intelectual presente nestas empresas. Todavia, não há métodos unanimemente aceitos que mensurem o valor exato a ser atribuído aos recursos intangíveis.

De acordo com Santos e Schmidt (2003), existe uma preocupação acentuada dos pesquisadores com o *gap* que norteia a diferença entre o valor de mercado de uma empresa e seu valor contábil. Expõem que, segundo dados levantados por Edvinsson e Malone (1998), o índice mundial da *Morgan Stanley* reflete que o valor das entidades cotadas nas bolsas de valores é, em média, o dobro de seu valor contábil, e, nos Estados Unidos, o valor de mercado de uma empresa varia entre duas e nove

vezes o seu valor contábil. E ainda que estudos proferidos por Bradley (1996) comprovaram que o valor médio das corporações adquiridas foi quatro vezes maior do que os valores demonstrados em seus balanços patrimoniais.

Considerando que a função precípua dos gestores é criar valor para a empresa, a contabilidade busca meios para auxiliá-los nas decisões que visam o melhor interesse das organizações. Para tal, a contabilidade pode elaborar e oferecer modelos de sistemas de informações que avaliem e informem o desempenho da organização.

A contabilidade, como um sistema de informações, tem como objetivo prover informações tempestivas e preditivas que subsidiem as decisões de uma entidade. De acordo com a AAA (*American Accounting Association*) (1957, p. 1), a "função principal da contabilidade é acumular e comunicar informações essenciais à compreensão das atividades de um empreendimento". Os objetivos da contabilidade propostos pela AAA são considerados por Most (1977) como revestidos de praticidade e abrangência. Na perspectiva do usuário interno, ela objetiva prestar informações relevantes para atender às necessidades de planejamento, execução e controle. Para o usuário externo, gerar informações para auxiliar os investidores, credores e outros usuários na tomada racional de decisões quanto aos investimentos, créditos e outras semelhantes.

O processo de avaliação do capital intelectual, como um dos componentes intangíveis dos ativos das empresas, gera dúvidas quanto à praticabilidade das metodologias sugeridas pela literatura pertinente. Assim, são prementes estudos que promovam reflexões sobre o impacto da consideração do capital intelectual sob o enfoque da tridimensionalidade da informação contábil. Almeida (2001, p. 10) comenta que o "enfoque clássico de medida em contabilidade é essencialmente quantitativista, apoiado no processo digráfico, o que limita o tamanho e o tratamento dos fatos econômicos, porque se apóia numa estrutura calculatória oriunda da aritmética". A partir deste pressuposto, origina-se a síndrome de exatidão, de forma que este reducionismo implica dificuldades na quantificação de informações de natureza subjetiva.

O processo de avaliação de ativos pode variar em função dos diversos objetivos da contabilidade. A diversidade de métodos respalda-se na impossibilidade de deferir um método que, isoladamente, atenda adequadamente às finalidades informativas. Conseqüentemente, a avaliação de ativos com ênfase no capital intelectual suscita algumas questões quanto à metodologia a ser adotada para subsidiar a orientação de decisões. Assim, o artigo tem por objetivo abordar a avaliação do capital intelectual sob o enfoque da tridimensionalidade da linguagem contábil, preconizada segundo a ótica da teoria da comunicação.

O delineamento da pesquisa configura-se como um estudo exploratório, em que se utilizam fontes secundárias, com abordagem lógica dedutiva. As fontes secundárias consubstanciam-se de pesquisa bibliográfica para a formação

do marco referencial teórico. Os procedimentos sistemáticos para a descrição e explicação dos fenômenos desenvolvem-se num ambiente que preconiza a abordagem qualitativa.

Quanto à organização do conteúdo, além da introdução, apresentam-se os procedimentos metodológicos adotados no trabalho. Após, faz-se uma incursão teórica na contabilidade como linguagem dos negócios. Depois, abordam-se os aspectos conceituais do capital intelectual e o capital intelectual como elemento de agregação de valor à empresa.

A seguir, contemplam-se os indicadores para avaliação do capital intelectual na perspectiva de Leif Edvinsson e Michael S. Malone, Thomas A. Stewart e Karl Erik Sveiby, considerados os pioneiros no processo de avaliação desses ativos intangíveis. Na seqüência, apresenta-se um comparativo das metodologias para avaliação do capital intelectual pesquisadas. Por fim, aborda-se a avaliação do capital intelectual na perspectiva da tridimensionalidade da linguagem contábil, além das considerações finais ao estudo realizado.

A CONTABILIDADE COMO LINGUAGEM DOS NEGÓCIOS

A contabilidade tem sido denominada a linguagem das empresas. Assemelha-se a uma linguagem quando algumas de suas regras são bem definidas e outras não. E ainda, quando há divergências a respeito de como um fato econômico deva ser registrado, semelhante à ausência de pleno consenso entre gramáticos quanto às estruturas de sentenças, pontuações e escolhas de palavras (Anthony, 1972).

Jain (*in* Dias Filho e Nakagawa, 2002, p. 3), ao salientar que há semelhança da linguagem contábil com a linguagem natural, afirma: "Regras contábeis definem a estrutura da contabilidade assim como a gramática define a estrutura inerente a uma linguagem natural." Assim como a gramática tem um conjunto de regras que permitem a construção de sentenças, a contabilidade se vale de critérios básicos que constituem uma espécie de gramática financeira, cujo papel é ajudar a descrever transações com razoável exatidão. Os princípios contábeis examinam a aplicação das regras contábeis da mesma forma que um proficiente em uma língua atesta a correção gramatical de uma sentença.

Tais pressupostos conduzem à premissa de que a contabilidade é a linguagem do mundo dos negócios. Segundo Hendriksen e Van Breda (1999), a contabilidade é vista como uma linguagem construída por meio de palavras. Como linguagem, insere-se em uma tridimensionalidade de relações e deve preocupar-se com: a) os efeitos que as palavras têm sobre os ouvintes (linguagem pragmática); b) os significados das palavras (linguagem semântica); e c) o sentido lógico das palavras (linguagem sintática).

Como linguagem dos negócios, os objetivos da contabilidade preconizados pelo *FASB (Financial Accounting Standard Board)* no *SFAC (Statements of Financial Accounting Concepts)* nº 4 (1980) consubstanciam-se em:

- I) *fornecer informações que sejam úteis para os investidores, credores e outros usuários na tomada de decisões racionais sobre créditos, investimentos e similares. Tais informações devem ser compreensíveis aos que possuem uma noção razoável das atividades econômicas e estejam dispostos a estudar as informações adequadamente;*
- II) *proporcionar informações que ajudem os atuais e futuros investidores, credores e outros usuários na verificação das quantidades, tempo e incerteza dos recebimentos de caixa futuros, obtidos de dividendos ou juros, e também dos recebimentos provenientes das vendas, do resgate dos títulos ou empréstimos. Como os fluxos de caixa de investidores e credores estão relacionados aos fluxos de caixa da empresa, os relatórios financeiros devem ajudar investidores, credores e outros a avaliar os montantes, o tempo e a incerteza das possíveis entradas líquidas de caixa da empresa em questão; e*
- III) *fornecer informações quanto aos recursos econômicos de uma empresa, as demandas desses recursos (obrigações da empresa em termos de transferência de recursos a outras entidades e a participação dos proprietários) e os efeitos de transações, eventos e ocorrências que alterem esses recursos e os direitos sobre eles.*

Embora o FASB não rejeite os objetivos sintáticos e semânticos, apresenta maior preocupação com o enfoque pragmático, direcionado à utilidade ou relevância da informação contábil para os investidores e outros usuários. No entanto, de acordo com a teoria da comunicação, Dias Filho (2000) ressalta que a eficácia de uma mensagem é medida pela quantidade de informações assimilada e pelo volume de alternativas que ela permite ao usuário descartar.

Bedford e Beladouni (1962) afirmam que a comunicação contábil pode sofrer prejuízos na fase de produção de seus relatórios, caso o profissional contábil não interprete e codifique adequadamente os fenômenos econômicos que pretende demonstrar. Ijiri (1975, p. 14) cita que a contabilidade como linguagem dos negócios deve seguir certas regras e adaptar-se às mudanças do meio ambiente para evitar falsas interpretações:

Como linguagem dos negócios, a contabilidade tem muitas coisas em comum com outras linguagens. As várias atividades do negócio de uma empresa são reportadas em relatórios contábeis usando-se a linguagem contábil, da mesma forma como os jornais usam a língua inglesa para informarem suas notícias. Tanto para informar um fato contábil como um evento no jornal, tem-se que seguir certas regras.

Dias Filho (2000, p. 47) ressalta que a eficácia de uma mensagem é medida pela quantidade de informações assimilada e pelo volume de alternativas que ela permite ao usuário descartar. A essência da informação está na redução das incer-

tezas e dos riscos. Esta premissa guarda estreita relação com a capacidade de compreensão daquilo que se pretende transmitir.

Pode-se argumentar que a melhor compreensibilidade das informações depende também de outros atributos qualitativos, como a pontualidade, uniformidade e adequação dos dados aos modelos decisórios. Portanto, caso a informação transmitida seja incompreensível, isso significa que o esforço de produzi-la foi inválido. Em tal circunstância, os dados não chegam ao *status* de informações, e sim acabam por tornar-se um conjunto de dados desprovidos de valores semânticos.

As informações geradas pela contabilidade configuram-se como um dos principais meios de comunicação entre a empresa e os agentes econômicos. Ao apresentarem os fatos acontecidos ao longo da existência das entidades, permitem a avaliação da situação econômico-financeira atual e prospectiva da empresa. Utilizando estas informações como um dos instrumentos possíveis, a contabilidade contempla os interesses dos acionistas em prever resultados futuros, além de possibilitar estimativas quanto ao valor das empresas.

ASPECTOS CARACTERIZADORES DO CAPITAL INTELECTUAL

A valoração do conhecimento vem sendo difundida e aplicada nas organizações, embora os conceitos não estejam totalmente estruturados, bem como os caminhos e metodologias adotados sejam diferentes em cada organização. A característica unânime reside no reconhecimento de que gerar, adquirir e compartilhar conhecimento traz inovação e competitividade. Antunes e Martins (2002) mencionam que a aplicação do conhecimento impacta, sobremaneira, o valor das organizações, pois a materialização da utilização desses recursos, mais as tecnologias disponíveis e empregadas para atuar num ambiente globalizado, produzem benefícios intangíveis que agregam valor às mesmas.

As tentativas de definir ou explicar o capital intelectual têm sido alvo de diversos pensadores. No princípio, falava-se muito em capacidade intelectual humana. Atualmente, adicionaram-se ao conhecimento humano variáveis como as marcas, patentes, *designs*, lideranças, clientes, lealdade de clientes, tecnologia de informação, treinamento de funcionários, indicadores de qualidade, relacionamento com fornecedores, desenvolvimento de novos produtos, dentre outras – embora estes sejam mais adequadamente denominados de ativos intangíveis, por englobarem itens que não são, especificamente, capital intelectual, na essência das definições (Brooking, 1996; Stewart, 1997).

Oliveira e Beuren (2003) expressam que, na literatura, a expressão "capital intelectual" é encontrada sob várias outras denominações correlatas, tais como patrimônio do conhecimento, gestão do conhecimento, competências e habilidades, ativos intangíveis, capacidade de inovação, inteligência competitiva, gestão de pessoas e processos. Colauto e Beuren (2003) mencionam que esta área de interesse emerge como uma consequên-

cia da globalização, da evolução tecnológica e do desmantelamento da hierarquia empresarial da era industrial, buscando administrar a utilização, criação e disseminação do conhecimento, a partir da premissa de que este se tornou um recurso econômico proeminente.

Contemplar o conhecimento e analisar como os ativos do conhecimento operam e se manifestam, bem como entender o porquê de se gerenciar o capital intelectual, parece estar entre as prioridades nas empresas, visto ser considerado a principal fonte de vantagem competitiva na atualidade. Autores como Stewart (1997), Kaplan e Norton (1997), Sveiby (1998), Edvinsson e Malone (1998), Antunes (2000), Paiva (2000), Pacheco (2001), Antunes e Martins (2002), Colauto e Beuren (2003), Santos e Schmidt (2003) têm demonstrado interesse em investigar um modo de avaliar os componentes intangíveis das empresas. De forma consensual, expressam que o conceito de capital intelectual conduz à necessidade de aplicação de novas estratégias de gestão e, sobretudo, de formas inovadoras de avaliação do valor da empresa que abarquem os recursos do conhecimento.

De acordo com Cabrita (2004), o termo "capital intelectual" foi, pela primeira vez, difundido por John Kenneth Galbraith, em 1969. A concepção acerca do termo estava associada a um certo grau de ação intelectual. As implicações desta visão prendem-se ao fato de que o capital intelectual é, provavelmente, uma forma de capital mais dinâmica do que estática. Expressa que, embora o capital intelectual tenha estado sempre presente, somente foi identificado como um ativo na última década. Em 1994, a Revista *Fortune*, por meio de seu editor Thomas Stewart, publicou um artigo intitulado *O ativo mais valioso da sua empresa: capital intelectual*, além de vários outros trabalhos acerca do tema, baseados em esforços pioneiros de empresas nos Estados Unidos e na Escandinávia. Estas publicações despertaram as pessoas para a importância do capital intelectual no mundo dos negócios.

Segundo Stewart (1997, p. XIII), o capital intelectual é a soma do conhecimento de todos em uma empresa. Representa a matéria intelectual, formada pelo conhecimento, informação, propriedade intelectual e experiência, que pode ser utilizada para gerar riquezas. Explica que o capital intelectual corresponde ao conjunto de conhecimentos e informações encontrado nas organizações que agrega valor ao produto e/ou aos serviços, mediante a aplicação da inteligência e não de capital monetário:

Ao contrário dos ativos com que os empresários e contadores estão familiarizados, como os equipamentos, imóveis, dinheiro etc., o capital intelectual é intangível. Representa o conhecimento da força de trabalho: o treinamento e a intuição de uma equipe de químicos que descobrem uma nova droga de bilhões de dólares ou o know-how de trabalhadores que apresentam milhares de formas diferentes para melhorar a eficácia de uma indústria. É a

eletrônica que transporta informação na empresa à velocidade da luz, permitindo-lhe reagir a mercados mais rápido que suas rivais. É a cooperação, o aprendizado compartilhado entre uma empresa e seus clientes que forja uma ligação entre eles, trazendo, com muita frequência, o cliente de volta.

Para Edvinsson e Malone (1998), o método mais elementar para entender o capital intelectual é por meio da linguagem metafórica, comparando-se a empresa a uma árvore. Consideram a parte visível o descrito nos organogramas, relatórios anuais, demonstrativos financeiros e outros documentos; já o capital intelectual, que está abaixo da superfície terrestre, compreende os fatores dinâmicos ocultos que embasam a empresa visível.

Na abordagem de Edvinsson e Malone (1998), o capital intelectual contempla três aspectos importantes; a) é informação suplementar e não subordinada às informações financeiras; b) é um capital não financeiro e representa a lacuna oculta entre o valor de mercado e o valor contábil; c) constituiu-se em um passivo e não ativo. Antunes e Martins (2002) ressaltam que não há divergência em relação aos elementos que formam o capital intelectual. A complementaridade que apresenta deve-se ao fato de que no futuro o capital intelectual será convertido em valor monetário. O seu entendimento como passivo e não ativo fundamenta-se na premissa de valor corporativo, ao considerá-lo como um empréstimo feito pelos clientes, empregados e fornecedores, vistos como origens de recursos.

Para Brooking (in Antunes, 2000), é uma combinação de ativos intangíveis, fruto das mudanças nas áreas da tecnologia da informação, mídia e comunicação, que traz benefícios intangíveis às empresas que capacitam seu funcionamento. Segmenta o capital intelectual em quatro categorias: a) ativos de mercado; b) ativos humanos; c) ativos de propriedade intelectual; d) ativos de infra-estrutura.

Os ativos de mercado representam o potencial que a empresa possui em decorrência dos intangíveis, que estão relacionados ao mercado, como marca, clientes, lealdade dos clientes, negócios recorrentes, negócios em andamento, canais de distribuição, franquias. Os ativos humanos consubstanciam-se nos benefícios que os indivíduos podem proporcionar para a organização por meio de sua *expertise*, criatividade, conhecimento, habilidade para resolver problemas. Com relação aos ativos de propriedade intelectual, estes representam os ativos que necessitam de proteção legal para proporcionarem benefícios às organizações, como *know-how*, segredos industriais, patentes, *designs*. Já os ativos de infra-estrutura envolvem as tecnologias, as metodologias e os processos empregados, como cultura, sistemas de informações, métodos gerenciais, banco de dados.

A ascensão do capital intelectual é inevitável devido às forças históricas e tecnológicas, sem mencionar os fluxos de investimento que estão se espalhando pelo mundo e conduzindo as empresas à economia baseada no conhecimento. O capi-

tal intelectual capta a dinâmica da solidez organizacional e da criação de valor. Por meio dele é possível reconhecer que um empreendimento moderno muda com tal rapidez que passa a depender exclusivamente do talento e da dedicação de seus colaboradores, bem como da qualidade dos instrumentos que eles utilizam (Stewart, 1997).

Os conceitos de capital intelectual diferenciam-se em alguns aspectos, mas na essência tratam do mesmo conteúdo: a predominância da informação na cadeia de valor; investimento em equipamentos da era do conhecimento; substituição de materiais e ativos físicos por conhecimento; iniciativa em recompensar o trabalho baseado no conhecimento, precorrendo-se valorizar o talento, capacidade, habilidade e as idéias dos funcionários.

Na perspectiva do capital intelectual, as empresas passaram a se preocupar com conhecimento e com a possibilidade deste gerar vantagem competitiva para a organização que o administra. Desta forma se inicia um novo processo para rever a organização, suas estratégias, estruturas e, principalmente, a cultura organizacional. Por conseguinte, entende-se que sob o enfoque semântico de mensuração do valor real das empresas faz-se necessária a consideração dos ativos intangíveis. Contudo, não há instrumentos unânimes que permitam traduzir objetivamente tal riqueza. Entretanto, Antunes (2000) enfatiza serem imprescindíveis aos gestores o conhecimento, a identificação e a mensuração desses ativos ocultos para administrar a continuidade do empreendimento e divulgar informações mais próximas da realidade econômica.

O CAPITAL INTELECTUAL COMO ELEMENTO DE AGREGAÇÃO DE VALOR À EMPRESA

O conhecimento tornou-se um recurso econômico proeminente. De acordo com Stewart (1997) considerados produtos econômicos, a informação e o conhecimento são mais importantes que os bens tangíveis valorizados, sobretudo na Era Industrial. Assim, ganha prioridade nas organizações compreender como os ativos do conhecimento operam e se manifestam e entender o porquê de se gerenciar o capital intelectual, em face de pouca semelhança entre as empresas da Era da Informação e da Era Industrial.

Admitir o conhecimento como recurso econômico implica novos paradigmas na forma de valorizar o ser humano nas organizações, pois gera benefícios intangíveis que alteram o seu patrimônio. Por outro lado, a relação de propriedade altera-se, pois, sendo o ser humano possuidor do recurso mais valioso da economia do conhecimento, o problema transpassa em como administrar e avaliar eficientemente o conhecimento humano. O conhecimento é um recurso passível de partilha, desde que o seu detentor esteja disposto a compartilhá-lo. Ao contrário dos ativos tradicionais, é um bem que não se deprecia com o uso. Esta questão levanta fortes contradições com as teorias econômicas tradicionais: a propriedade do fator

de produção e a sua contabilização como elemento não sujeito à amortização (Cabrita, 2004).

Como recurso econômico, o capital intelectual impacta o valor da empresa. Porém, o conhecimento está associado à ação do detentor, e este deve estar motivado a disponibilizá-lo para terceiros. Por ser seu impacto múltiplo na organização, a perda de funcionários capacitados pode torná-la vulnerável. Em outra vertente, se os funcionários estiverem dispostos a compartilhar seus conhecimentos, isso poderá tornar a organização enriquecida, hipótese que confirmaria o conceito da teoria econômica do capital humano. Segundo Pacheco (2001, p. 36), "os trabalhadores tornaram-se capitalistas não pela difusão da propriedade de ações corporativas como o folclore poderia fazer acreditar, mas pela aquisição de conhecimento e especializações que têm valor econômico".

Ao analisar o conhecimento como recurso econômico, vale ressaltar que todo recurso econômico gera valor; assim, as pessoas também são capazes de agregar valor à empresa e de produzir serviços futuros. Kaplan e Norton (1997) mencionam que as pessoas devem agregar valor pelo que sabem e pelas informações que podem oferecer. Investir, gerenciar e explorar o conhecimento de cada funcionário passou a ser um fator crítico de sucesso das organizações na Era da Informação. Reportando-se ao capital intelectual como elemento de agregação de valor à empresa, Davenport e Prusak (1998, p. 20) reiteram a importância do conhecimento como fator capaz de propiciar vantagem sustentável:

Com o tempo, os concorrentes quase sempre conseguem igualar a qualidade e o preço do atual produto ou serviço do líder do mercado. Quando isso acontece, porém, a empresa rica em conhecimento e gestora do conhecimento terá passado para um novo nível de qualidade, criatividade e eficiência. A vantagem do conhecimento é sustentável porque gera retornos crescentes e dianteiros. Ao contrário dos ativos materiais, que diminuem à medida que são usados, os ativos do conhecimento aumentam com o uso: idéias geram novas idéias e o conhecimento compartilhado permanece com o doador, ao mesmo tempo em que enriquece o recebedor. O potencial de novas idéias surgidas do estoque de conhecimento de qualquer empresa é praticamente infinito – particularmente se as pessoas da empresa têm a oportunidade de pensar, aprender e conversar umas com as outras.

No entanto, melhorias de desempenho exigem grandes revoluções, e isso inclui mudanças nos sistemas de mediação e gestão utilizados pelas empresas. Para Kaplan e Norton (1997), é impossível navegar rumo a um futuro mais competitivo, tecnológico e centrado nas competências monitorando e demonstrando apenas medidas financeiras de desempenho passado. Antunes (2000) menciona que atribuir um valor monetário ao conhecimento humano para a mensuração do real valor

das empresas torna-se um desafio técnico e científico, fato que vem impactar diretamente o poder informativo dos relatórios contábeis, dadas as suas características subjetivas.

Norton (2001) expõe que raramente ativos intangíveis, como o conhecimento ou a tecnologia, têm impacto direto sobre resultados tangíveis, como a receita ou o lucro. Tipicamente, seu impacto é de terceira ordem, isto é, um treinamento de mão-de-obra pode melhorar a qualidade dos serviços e, conseqüentemente, essa melhoria pode influenciar a confiança e a retenção dos clientes, o que, por sua vez, resulta em maiores receitas.

O valor de um ativo intangível só pode ser determinado no contexto da estratégia de criação de valor. Norton (2001) adverte que os ativos intangíveis raramente criam valor isoladamente. Para que ocorra a criação de valor, os ativos precisam estar agrupados ou combinados com outros ativos, em geral também intangíveis. Por exemplo, uma nova estratégia de vendas pode exigir um novo conhecimento, novos sistemas informatizados, reorganização e um novo programa de incentivos, de modo que investir em qualquer um desses ativos sem investir nos outros resultaria em fracasso, e, portanto, nenhum valor seria criado.

Em razão dos ativos intangíveis terem impacto indireto sobre resultados tangíveis, reforça-se a necessidade da avaliação de ativos intangíveis originados a partir do conhecimento, com o objetivo de conhecer como o capital intelectual agrega valor à empresa. Esse procedimento busca levar aos usuários dos relatórios contábeis informações úteis, que possam contribuir para a eficácia da gestão empresarial.

Assim, na seqüência apresentam-se três metodologias geralmente citadas na literatura relacionada com o tema que é objeto deste estudo: Karl Erik Sveiby (1998); Leif Edvinsson e Michael S. Malone (1998); Thomas A. Stewart (1997). Normalmente, os trabalhos que abordam a avaliação do capital intelectual trazem como referência básica estas metodologias e conceituações, devido ao seu pioneirismo no desenvolvimento de pesquisas na área.

Acrescenta-se, todavia, que o modelo de capital intelectual não substitui a contabilidade financeira. Seu objetivo principal é captar e reconhecer a importância de indicadores não financeiros para auxiliar na mensuração das metas planejadas e alcançadas pela empresa (Paiva, 2000). Centra-se em considerar os elementos subjetivos que influenciam a criação de valor da empresa e, dessa forma, complementar e enriquecer a contabilidade na sua forma atual, fazendo com que a mesma alcance o seu papel informacional da melhor forma possível.

INDICADORES PARA A AVALIAÇÃO DO CAPITAL INTELECTUAL NA PERSPECTIVA DE LEIF EDVINSSON E MICHAEL S. MALONE

Edvinsson e Malone (1998) dividem o capital intelectual em dois grupos para facilitar o processo de avaliação: a) capital humano e b) capital estrutural. O capital humano é composto pelo conhecimento, experiência, poder de inova-

ção, habilidade dos empregados, cultura e filosofia da empresa, além da capacidade dos funcionários de combinar conhecimentos e habilidades para inovar suas funções, os quais não podem ser propriedade da empresa. O capital estrutural compreende os equipamentos de informática, *softwares*, bancos de dados, patentes, marcas registradas e o restante da capacidade organizacional que apóia a produção dos empregados e o relacionamento com os clientes, os quais são propriedades da empresa.

Com referência ao relacionamento com os clientes, crê-se em ser prudente desdobrá-lo para a categoria capital de clientes, por denotar maior importância à empresa. Desse modo, o capital de clientes contempla o valor do relacionamento com os clientes, que, embora soe estranho, sempre esteve presente de forma oculta no *goodwill*, sendo obtido pela subtração do valor de mercado da empresa quando negociada por um valor superior ao contábil com o valor das patentes e os direitos autorais.

Juntas, essas formas de avaliação buscam captar uma empresa em movimento à medida que transformam suas habilidades e seus conhecimentos em diferenciais competitivos e riqueza. Edvinsson e Malone (1998) aplicaram sua metodologia na companhia sueca de seguros e serviços financeiros Skandia, denominando o instrumento proposto de Navegador Skandia, conforme é apresentado na Figura 1.

Edvinsson e Malone (1998) elegeram o visual metafórico de uma casa para dispor os indicadores para avaliar

o capital intelectual da empresa Skandia. No triângulo superior, o sótão comporta o passado da empresa. As paredes focalizam o presente. No retângulo inferior, está o alicerce, voltado ao futuro ambiente de negócios no qual a organização irá operar. E na parte central da casa, o coração, a inteligência e a alma da organização.

Os focos utilizados na representação do Navegador são áreas para as quais uma empresa direciona sua atenção. Desse foco origina-se o valor do capital intelectual no âmbito de seu ambiente. Em cada foco foram estabelecidos indicadores que permitem avaliar o desempenho, sendo que a combinação dos cinco focos acaba em relatórios diferentes e dinâmicos. Por conseguinte, os focos utilizados na representação do Navegador são áreas para as quais uma empresa direciona sua atenção. A partir dos focos origina-se o valor do capital intelectual no âmbito de seu ambiente.

O foco financeiro constitui o passado da empresa. Através do Balanço Patrimonial, da Demonstração do Resultado do Exercício, das Notas Explicativas e outras demonstrações, podem-se obter medidas exatas de onde a empresa estava num momento específico. Edvinsson e Malone consideram que as informações acerca do capital intelectual e as informações financeiras se complementam para contar a história da empresa, diante das alterações em tecnologia, organização e teoria da administração. É um histórico de como relacionar valores monetários às atividades e aos ativos, em detrimento da ascensão do conhecimento. No Quadro 1 evi-

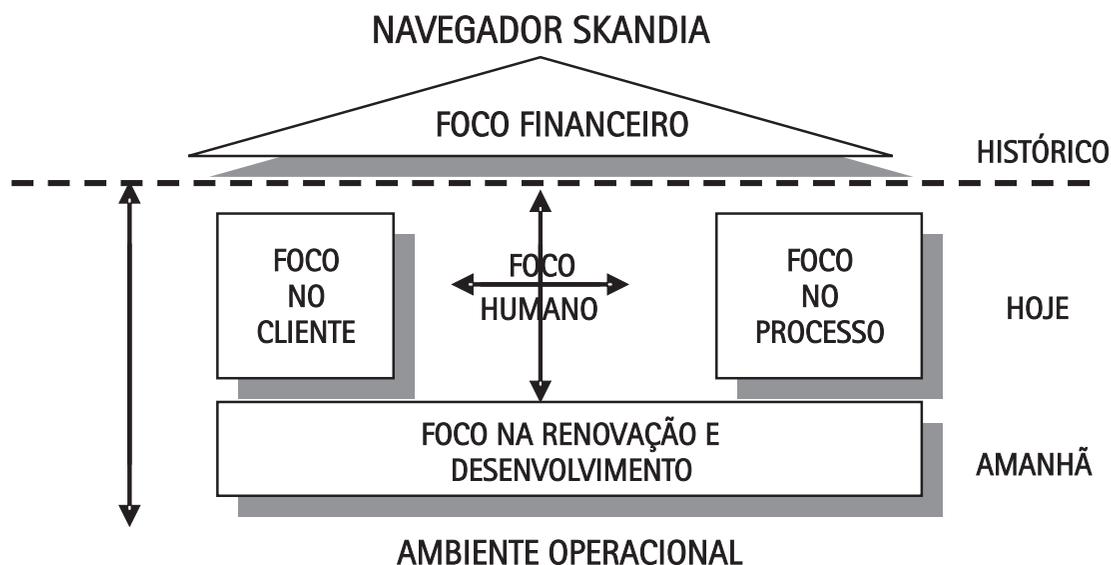


Figura 1 – Navegador Skandia.

Fonte: Edvinsson e Malone (1998).

denciam-se alguns dos indicadores utilizados para avaliar o capital intelectual no foco financeiro.

O foco do cliente expõe que os recursos corporativos isolados são insuficientes para garantir a plena satisfação dos clientes. É preciso conhecimento das preferências, necessidades e interesses dos clientes, de maneira a antecipar-se às suas expectativas. Para tal, é preciso conhecer profundamente os clientes, o que requer confiança e lealdade, conseguidas somente a longo prazo. No Quadro 2 reportam-se alguns indicadores de avaliação do capital intelectual no foco cliente, cujo objetivo é encontrar parâmetros que captem relações eficazes entre a organização e sua carteira de clientes.

O foco no processo canaliza-se nos meios tecnológicos como ferramentas de apoio à criação de valor global na empresa. Assumem que a tecnologia permite maior flexibilidade. Por meio dos indicadores contemplados no Quadro 3, é possível iden-

tificar se os investimentos em infra-estrutura contribuem para aumentar o valor da empresa. E, ainda, acompanhar o tempo de suporte às tecnologias de informação, avaliar o desempenho do processo em relação às metas orçadas pela empresa.

Para avaliar o capital intelectual no foco da renovação e do desenvolvimento, os indicadores buscam identificar as ações que a empresa está realizando no presente em projeção à possibilidade de captar oportunidades futuras. Esse foco é o oposto dos índices preconizados no foco financeiro, quando se avalia o desempenho passado. Parte dos indicadores propostos são apresentados no Quadro 4. O objetivo é identificar com precisão áreas futuras por meio das quais a empresa pode se preparar para mudanças iminentes e, então, promover sua própria mudança, é algo desafiador e requer planejamento estratégico para acompanhamento periódico e pormenorizado dos índices em potencial.

Quadro 1 – Indicadores de avaliação do capital intelectual no foco financeiro.

Indicadores do foco financeiro	Unidade de medida
Receita/empregado	\$
Receita de prêmios de seguro	\$
Receitas de prêmios de seguro resultantes de uma nova operação	\$
Faturamento/empregado	\$
Percentual de rendimento direto	%
Receita operacional líquida	\$
Percentual de retorno sobre o valor do ativo líquido	%
Retorno sobre o ativo líquido resultante de atuação em novos negócios	\$
Percentual de despesas com tecnologia da informação	%

Fonte: adaptado de Edvinsson e Malone (1998).

Quadro 2 – Indicadores de avaliação do capital intelectual no foco do cliente.

Indicadores do foco do cliente	Unidade de medida
Percentual de participação de mercado	%
Número de clientes	Nº
Vendas anuais/cliente	\$
Número de clientes perdidos	Nº
Duração média do relacionamento com o cliente	Tempo
Percentual de clientes por porte	%
Número de visitas dos clientes à empresa	Nº
Número de dias empregados em visitar clientes	Nº
Clientes/número de empregados	Nº
Número de empregados da linha de frente de atendimento	Nº
Percentual de clientes satisfeitos	%
Despesas de atendimento/cliente/ano	\$

Fonte: adaptado de Edvinsson e Malone (1998).

Com relação ao foco humano, a característica da personalidade do conhecimento o diferencia dos demais, não permitindo a mensuração de forma simplista. Assim, a Skandia segmentou os indicadores em três grupos: a) indicadores gerais; b) indicadores aplicados a grupos de trabalhos e c) indicadores aplicados à administração. O Quadro 5 apresenta os indicadores considerados mais facilmente aplicados.

Os indicadores apresentados são passíveis de modificações ao longo do tempo, face à diversidade dos dados que são gerados na organização e no ambiente externo. Para Edvinsson e Malone (1998), a avaliação do capital intelectual é uma concepção revolucionária, e, como toda revolução, se recusará a permanecer com os indicadores dentro dos limites estabelecidos. Cada empresa, ao elaborar seus relatórios, obrigará-se a mudar os índices do formato-padrão, excluindo alguns e acrescentando outros inerentes a seu campo de atuação.

Ressalta-se que a verificação das medidas do capital intelectual não tem o mesmo grau de profundidade de outras medidas. Porém, pode alterar sobremaneira o arquétipo de como as organizações são administradas e organizadas, além de

redimensionar o fluxo de investimentos na economia mundial.

INDICADORES PARA A AVALIAÇÃO DO CAPITAL INTELECTUAL CONFORME THOMAS A. STEWART

Para avaliar o capital intelectual, Stewart (1997) denominou sua metodologia de Navegador do Capital Intelectual. A aplicação resulta em uma alternativa para visualizar, de forma simultânea, diversas dimensões do capital intelectual que podem atuar como um facilitador na gerência dos ativos do conhecimento. Na Figura 2 ilustra-se o navegador do capital intelectual proposto por Stewart (1997) para uma empresa fictícia, utilizando uma medida geral denominada Razão Valor de Mercado/Valor Contábil e três indicadores para cada um dos itens do capital humano estrutural e do cliente.

O navegador apresenta-se na forma de círculo dividido em escalas, cujos eixos não se preocupam em demonstrar valores, e sim as metas atingidas pelas empresas. Na prática pode-se definir escalas de maneira que as metas sejam alocadas às extremidades, onde o eixo cruza o círculo. Traçando a posição em

Quadro 3 – Indicadores de avaliação do capital intelectual com foco no processo.

Indicadores do foco no processo	Unidade de medida
Percentual das despesas administrativas/receita total	%
Percentual dos custos de erros administrativos/receitas gerenciais	%
Despesas administrativas/empregado	\$
Despesas com tecnologia de informação/empregado	\$
Equipamento de informática adquirido	Nº
Número de empregados que conhecem informática	Nº
Percentual da meta de qualidade corporativa atingida	%
Percentual do custo de equipamentos de TI adquiridos/acréscimo de lucro	%
Percentual de desempenho dos equipamentos de TI/empregado	%

Fonte: adaptado de Edvinsson e Malone (1998).

Quadro 4 – Indicadores de avaliação do capital intelectual com foco na renovação e do desenvolvimento.

Indicadores do foco da renovação e desenvolvimento	Unidade de medida
Despesas com desenvolvimento de competências/empregado	\$
Despesas de renovação/linha de produtos ou serviços	\$
Porcentagem de horas de treinamento	%
Percentual de despesas com P&D/despesas administrativas	%
Número de empregados empreendedores/número total de empregados	Nº
Despesas de treinamento/empregado	\$
Porcentagem de empregados com menos de 40 anos	%
Percentual dos recursos investidos em P&D/investimento total	%

Fonte: adaptado de Edvinsson e Malone (1998).

Quadro 5 – Indicadores de avaliação do capital intelectual no foco humano.

Indicadores no foco humano	Unidade de medida
INDICADORES GERAIS	
Percentual de liderança	%
Percentual de empregados motivados	%
Rotatividade dos empregados	Nº
Número médio de anos de serviço com a empresa	Nº
Idade média dos empregados	Nº
Porcentagem de empregados com menos de 40 anos	%
INDICADORES APLICADOS AOS GRUPOS DE TRABALHOS TRABALHADORES	
Idade média dos empregados permanentes em período integral	Nº
Rotatividade anual dos empregados permanentes em período integral	Nº
INDICADORES APLICADOS À ADMINISTRAÇÃO	
Número de empregados temporários em período integral	Nº
Porcentagem de supervisões em período integral	%

Fonte: adaptado de Edvinsson e Malone (1998).

**Figura 2** – Navegador do capital intelectual.

Fonte: Stewart (1997).

cada escala e ligando os pontos, obtém-se um polígono, mostrando no interior os resultados atuais e na parte externa o que se deseja atingir.

Para avaliar o capital intelectual, Stewart (1997) segmenta sua metodologia em quatro grupos: a) medidas do todo; b) medidas de capital humano; c) medidas de capital estrutural e d) medidas de capital do cliente. Esses grupos serão abordados na seqüência, apresentando-se apenas parte dos indicadores propostos pelo autor. A aplicação dos indicadores resulta em uma alternativa veemente para visualizar, de forma simultânea, diversas dimensões do capital intelectual que poderiam atuar como um facilitador na gestão dos ativos do conhecimento.

Os indicadores de medidas do todo buscam analisar o valor geral dos ativos intangíveis. Stewart (1997) frisa que o valor da empresa é definido pelo comprador, e não pelo vendedor. Assim, uma organização vale quanto o mercado determina e está propenso a pagar. No Quadro 6 apresentam-se indicadores que colaboram para medir o valor geral dos intangíveis, cada qual com seus benefícios e limitações.

Reportando-se aos indicadores do capital humano, Stewart (1997) tenta analisar os desafios dos líderes empregados em transformar o talento humano em vantagem proprietária. Ele menciona que uma das formas de se conseguir a cessão da propriedade do capital humano seria proteger

parte desse conhecimento por meio das leis de propriedade intelectual, e a forma mais curta, porém difícil, é através da criação de um censo de propriedade cruzada entre funcionário e empresa. No Quadro 7 estabelecem-se os indicadores para analisar a inovação, as atitudes dos funcionários, a posição, rotatividade, experiência e aprendizado, e outras

medidas gerais.

Ao abordar o capital estrutural, Stewart (1997) questiona a quantidade de recursos dispensados nesse investimento. O autor foca a possibilidade de o capital intelectual estrutural sufocar, em vez de ajudar, as pessoas a realizarem um trabalho melhor, transformando-se em mera burocracia. Para retratar ativos

Quadro 6 – Indicadores de medidas do todo.

Indicadores de medida do todo	Unidade de medida
Razão do valor de mercado/valor contábil	\$
Q de Tobin	\$
Valor intangível calculado – VIC	\$

Fonte: adaptado de Stewart (1997).

Quadro 7 – Indicadores de medidas do capital humano.

Indicadores de medida do capital humano	Unidade de medida
INOVAÇÃO	
Percentual de vendas de novos produtos ou serviços	%
Número de novos produtos e patentes	Nº
Margem bruta de novos produtos	\$
ATITUDES DOS FUNCIONÁRIOS	
Percentual de funcionários satisfeitos no trabalho	%
Percentual de funcionários satisfeitos em relação ao ano anterior	%
POSIÇÃO, ROTATIVIDADE, EXPERIÊNCIA, APRENDIZADO	
Percentual de funcionários qualificados	%
Faixa etária	Nº
OUTRAS MEDIDAS	
Percentual de habilidades dos funcionários valorizadas pelos clientes	%
Percentual de habilidades e talentos admirados pelos funcionários	%
Percentual do tempo dos funcionários às atividades de valor reduzido aos clientes	%
Percentual de desligamento de funcionários por motivos	%

Fonte: adaptado de Stewart (1997).

intelectuais estruturais são necessários dois tipos de dados: medidas do valor acumulado dos estoques de conhecimento da empresa e medidas de eficiência organizacional, como é evidenciado no Quadro 8.

Os clientes representam a categoria mais importante dos ativos intangíveis. Para entender o valor do capital de clientes e as oportunidades de acúmulo de riqueza, tanto para o comprador como para o vendedor, Stewart (1997) observa a cadeia de valor intangível, isto é, o trajeto do produto ou serviço do vendedor ao consumidor final ou da matéria-prima aos produtos dispostos nas prateleiras das lojas; busca identificar o valor agregado em cada etapa, sendo que a idéia é agregar o máximo de valor possível ao menor custo e incorporar esse valor à sua margem

de lucro. Para isso, propôs a verificação dos indicadores apresentados no Quadro 9, segmentados em satisfação dos clientes, avaliação de alianças e valor do cliente leal.

Para retratar o desempenho financeiro, Stewart (1997, p. 217) cita que a contabilidade, no enfoque do capital intelectual, analisa o desenvolvimento da empresa sob vários pontos de vista, as medidas cabíveis para um determinado segmento comercial ou uma estratégia organizacional que podem ser triviais para outros.

A existência excessiva de medidas não-financeiras pode tumultuar e confundir o painel informativo das organizações, levando-as a focarem informações irrelevantes. Assim, recomenda três princípios na escolha das medidas a serem utiliza-

das: a) manter a simplicidade, no sentido de não selecionar mais do que três medidas para cada um dos itens do capital humano estrutural e do cliente, além de um valor que dê idéia do todo; b) avaliar o que é estrategicamente importante; c) avaliar atividades que produzem riqueza intelectual.

INDICADORES PARA A AVALIAÇÃO DO CAPITAL INTELECTUAL NA CONCEPÇÃO DE KARL ERIK SVEIBY

Sveiby (1998) propõe que os ativos invisíveis de uma organização sejam classificados em três grupos: competência do funcionário, estrutura interna e estrutura externa. Cada um

Quadro 8 – Indicadores de capital estrutural.

Indicadores de medidas do capital estrutural	Unidade de medida
AVALIAÇÃO DOS ESTOQUES DE CONHECIMENTO	
Qual o valor para outras empresas	\$
ROTATIVIDADE DO CAPITAL DE GIRO	
Rotatividade do Capital de Giro	Nº
Rotatividade do Capital de Giro comparada aos concorrentes	Nº
AVALIAÇÃO DA LENTIDÃO BUROCRÁTICA	
Tempo de lançamento no mercado	Nº
Qual a proporção entre receitas e custos	%

Fonte: adaptado de Stewart (1997).

Quadro 9 – Indicadores de medidas do capital de clientes.

Indicadores de medidas do capital cliente	Unidade de medida
SATISFAÇÃO DO CLIENTE	
Percentual de retenção dos clientes	%
Percentual de clientes com tolerância a preço	%
Lucratividade por cliente	%
AVALIAÇÃO DE ALIANÇAS	
Crescimento financeiro dos principais clientes	%
Participação dos clientes nos negócios	%
VALOR DO CLIENTE LEAL	
Quanto vale um cliente novo	\$
Quanto vale manter um cliente antigo	\$

Fonte: adaptado de Stewart (1997).

desses grupos contempla indicadores de crescimento e renovação, eficiência e estabilidade. O modelo recebe o nome de Monitor de Ativos Intangíveis.

Quanto à finalidade da avaliação, Sveiby (1998) relaciona duas prioridades principais: a) apresentação externa: onde a empresa descreve, da forma mais precisa possível, aos clientes, credores, acionistas e outros usuários, a qualidade da gerência, as eficiências dos fornecedores ou credores; b) avaliação interna: funciona como um sistema de gerenciamento de informações que possibilita aos gestores conhecer a empresa, monitorar seu progresso e adotar medidas preventivas e corretivas.

Os indicadores para avaliar a competência sugerem conhecer melhor como os profissionais são recrutados, desenvolvidos, motivados e recompensados, com o objetivo de identificar

pessoas-chave com experiência em solucionar problemas complexos e de gerar maiores receitas para a empresa. Essas pessoas são consideradas cruciais para a sobrevivência da empresa. Estes indicadores estão relacionados às aptidões dos profissionais e não devem ser vistos apenas como elementos do ativo intangível, mas como uma fonte das estruturas interna e externa.

Os indicadores para a avaliação da estrutura interna reportam-se às patentes, conceitos, modelos e sistemas administrativos, criados pelos membros de suporte da empresa, mas que em geral pertencem à organização. A avaliação da estrutura externa busca analisar as marcas, imagem ou reputação da empresa com os clientes e fornecedores. O valor desses ativos é determinado basicamente pelo grau de satisfação com que a empresa soluciona os problemas dos clientes e fornecedores.

Assim, além dos investimentos não terem a mesma segurança que têm os da estrutura interna, haverá continuamente elementos subjetivos, ou seja, as reputações e relações podem mudar no longo prazo. O conjunto de indicadores para a avaliação de ativos intangíveis, na ótica do capital intelectual, pode ser observado no Quadro 10.

A utilização dos indicadores sugeridos ganha relevância quando são realizadas comparações com alguns parâmetros preestabelecidos, além do acompanhamento em vários períodos consecutivos. Conforme Sveiby (1998), toda avaliação nada significa se não for comparada com algum referencial. Explica o autor que o acompanhamento dos indicadores deve cobrir, pelo menos, três ciclos de avaliação, antes de tentar analisar os resultados. O ideal é que as avaliações sejam repe-

tidas anualmente.

A ênfase de todo o sistema de avaliação deve estar centrada e adaptada ao usuário final. Portanto, com o gerenciamento das informações busca-se enfatizar o fluxo, a mudança e os dados de controle, enquanto as apresentações externas devem incluir indicadores-chave e um texto explicativo, porque não é possível compilar um balanço patrimonial inteiro que expresse todos os ativos intangíveis em termos monetários.

COMPARATIVO DAS METODOLOGIAS PARA A AVALIAÇÃO DO CAPITAL INTELECTUAL PESQUISADAS

As informações procedentes dos indicadores propostos por Edvinsson e Malone (1998), Stewart (1997) e Sveiby

Quadro 10 – Conjunto de indicadores do monitor de ativos intangíveis.

COMPETÊNCIA	ESTRUTURA INTERNA	ESTRUTURA EXTERNA
Crescimento e renovação	Crescimento e renovação	Crescimento e renovação
Tempo de profissão	Investimento na estrutura interna	Lucratividade por cliente
Nível de escolaridade	Investimento em sistema de processamento de informações	Crescimento orgânico
Custo de treinamento e educação	Contribuição dos clientes para a estrutura interna	
Eficiência	Eficiência	Eficiência
Proporção de profissionais na empresa	Proporção de pessoal de suporte	Índice de clientes satisfeitos
Efeito alavancagem	Vendas por funcionários de suporte	Índice de ganho e perdas
Valor agregado por profissional	Medida de avaliação de valores e atitudes	Vendas por clientes
Estabilidade	Estabilidade	Estabilidade
Média etária	Idade da organização	Proporção de grandes clientes
Tempo de serviço	Rotatividade do pessoal de suporte	Estrutura etária
Posição relativa de remuneração	Taxa de novatos	Taxa de clientes dedicados
Taxa de rotatividade de profissionais		Frequência de repetição de pedidos

Fonte: Adaptado de Sveiby (1998).

(1998) para a avaliação de itens intangíveis possibilitam aos gestores, acionistas, investidores e outros usuários externos a visualização do gerenciamento do capital intelectual, um dos componentes considerado como recurso econômico proeminente na atualidade.

Os modelos para a avaliação do capital intelectual apresentam indicadores-chave para contribuir com os fatores que impulsionam as organizações a monitorar periodicamente as ações empregadas pelos gestores para maximizar o valor das ações das companhias. Em consequência, ajudam a adquirir diferenciais estratégicos, criar informações para suporte decisório e melhorar o retorno dos investidores.

Com a proposta de Sveiby (1998), a avaliação dos ativos intangíveis torna-se possível a partir da divisão dos indicadores em três categorias: Competência, Estrutura Externa e Estrutura Interna. Em analogia ao modelo de Sveiby, a proposta de Stewart (1997) assemelha-se a ele quando esta procura realçar a importância do capital intelectual na empresa. Para tanto, Stewart menciona a necessidade de dividi-lo em dois grupos: Capital Estrutural e Capital Humano. Edvinsson e Malone (1998) dividem o capital intelectual em Capital Estrutural, Capital de Clientes e Capital Humano.

O consenso de que o capital intelectual consubstancia-se em fonte de geração de resultados para a organização está

subjacente às três propostas de indicadores. A sua gestão representa um instrumento estratégico competitivo para auxiliar a atingir metas, planificar a pesquisa e desenvolvimento, promover o aprendizado contínuo interativo, analisar o valor real da empresa e ampliar a memória organizacional (Colauto, 2001).

Comparando-se o arcabouço metodológico dos autores, nota-se que, apesar da não uniformidade nas medidas e diferenças nas nomenclaturas, há uma predominância de relevar os mesmos focos, direcionando os indicadores para o capital humano, estrutural e de cliente, conforme apresentado no Quadro 11.

As três propostas traduzem um esmero no tratamento sistematizado da evidenciação de indicadores não-financeiros para avaliar ativos intangíveis, desenvolvidos e empregados na gestão de empresas de grande porte. O modelo de Sveiby (1998) é voltado ao ramo de consultoria; a proposta de Edvinsson e Malone (1998) direcionada para o setor de serviços financeiros, podendo também ser usada em setores imobiliários e de seguros; e a metodologia de Stewart (1997) refere-se a uma empresa imaginária.

No que concerne à aplicação dos modelos em outros segmentos empresariais, como a indústria, comércio e prestação de serviços, os autores são unânimes em mencionar que as propostas precisam ser cuidadosamente inspecionadas, a fim de selecionar e adaptar os indicadores para cada segmento e ramo de atividade. Segundo Stewart (1997), o propósito dos indicadores é compartilhar idéias que incitem as empresas a experimentar suas próprias idéias, pois seria um erro para qualquer empresa, mesmo que de ramo semelhante, adotar simples e inconseqüentemente as idéias propagadas, devido às particularidades de cada organização.

Com base nas três metodologias de avaliação do capital intelectual, pode-se argumentar que qualquer instrumento de avaliação é limitado pelo princípio da incerteza: todos dependem do observador. Frente, portanto, à real impossibilidade de se elaborar um modelo de avaliação desse ativo intangível verdadeiramente universal que abarque todas as organizações, entende-se que as metodologias propostas, preferencialmente, devem servir como um referencial a partir do qual se possa trabalhar para elaborar um formato que melhor convenha a cada entidade (Colauto e Beuren, 2003).

Não há até o momento metodologias unânimes que per-

mitam mensurar os benefícios econômicos futuros gerados pelos componentes desse ativo intangível. Atualmente, a bibliografia disponibiliza um conjunto de indicadores que possibilitam avaliar a *performance* da gestão das entidades. Acredita-se que, por meio da abordagem semântica, a utilização de um conjunto de indicadores possibilita avaliar o desempenho planejado, por meio da quantificação dos planos, expressos na forma de orçamentos e padrões, com vistas a fornecer bases comparativas para se mensurar o capital intelectual.

Os indicadores representam vários meios para se verificar a eficiência e agregação de valor na gestão dos ativos intangíveis. Alguns índices certamente podem ser eliminados pela irrelevância ou impossibilidade de mensuração. Cabe aos gestores optar por alguns deles, para não dificultar a análise e confundir o leitor, adaptando-os às necessidades e focos de cada organização.

Tais indicadores possibilitam um avanço no processo de se avaliar o capital intelectual das organizações sob a ótica dos objetivos semânticos de mensuração de ativos. Assume-se que, numa empresa, a falta da dimensão do fator humano bem-sucedido fará com que as demais atividades de criação de valor não dêem certo, independentemente de sua estrutura física, do nível de sofisticação tecnológica ou da qualidade de seus produtos e serviços.

AVALIAÇÃO DO CAPITAL INTELECTUAL NA PERSPECTIVA DA TRIDIMENSIONALIDADE DA LINGUAGEM CONTÁBIL

A avaliação de ativos pode ser vista por diferentes dimensões da linguagem contábil. Assim, deve-se escolher, dentre os métodos de avaliação, qual reflete com maior propriedade o ativo das empresas. É importante observar que a escolha está vinculada aos objetivos das informações e às categorias de usuários.

Ao longo do tempo, a contabilidade vem buscando novas formas de comunicar os recursos que compõem o patrimônio das entidades. Para isso, utiliza-se do processo de identificar, mensurar, registrar e informar as mutações ocorridas no patrimônio das empresas. As discussões sobre as formas alternativas de avaliação dos benefícios que ativos podem gerar para as organizações são prementes, em função da escassez de instrumentos de mensuração dos ativos e do distanciamento entre

Quadro 11 – Comparação das metodologias para a avaliação do capital intelectual.

Sweiby, 1998	Edvinsson e Malone, 1998	Stewart, 1997
Gestão do conhecimento	Capital intelectual	Capital intelectual
Competência	Capital humano	Capital humano
Estrutura interna	Capital estrutural	Capital estrutural
Estrutura externa	Capital de cliente	

Fonte: elaborado pelos autores.

as abordagens teóricas e práticas. Nesse contexto, a contabilidade, como linguagem dos negócios, se apresenta dentro de uma tridimensionalidade de relações, segmentadas nas abordagens sintática, semântica e pragmática.

O objetivo sintático, conforme Hendriksen e Van Breda (1999), consubstancia-se em teorias descritivas, sem conteúdo empírico, isto é, que mostram e explicam quais e como as informações financeiras são apresentadas e comunicadas aos usuários, utilizando-se apenas da lógica. Kam (1989) cita que a dimensão sintática centra-se nas regras da linguagem empregada ou no sentido lógico. Analogamente, cita que, se a teoria estuda a língua portuguesa ou a matemática, então as regras referem-se à gramática ou às regras matemáticas.

De acordo com Hendriksen e Van Breda (1999), a preocupação reside na sintaxe ou gramática da contabilidade, ou, ainda, como lógica contábil. A idéia substancia-se em um dado financeiro relacionado a um outro de maneira lógica, independentemente de seu uso ou significado. A escolha do método de mensuração depende, no primeiro momento, do enfoque adotado para a mensuração de ativos.

Explicam os autores que os objetivos sintáticos são estudados a partir das seguintes variantes: a) mensuração e vinculação: seu objetivo é o enfoque tradicional da contabilidade em obter uma base para o cálculo da margem operacional e do lucro de todas as transações, ou seja, consiste na elaboração da demonstração de resultado tradicional, com o enfoque receita-despesa, e b) mensuração e crescimento natural: considera que o lucro ocorrerá sempre que houver aumento de ativo ou diminuição de passivo, independentemente da ocorrência de qualquer transação externa. O enfoque adotado deixa de ser receita-despesa e centra-se no ativo-passivo.

O objetivo semântico pode ser considerado uma teoria descritiva, com conteúdo empírico. Hendriksen e Van Breda (1999) expõem que o objetivo semântico procura dizer algo sobre a realidade e que sua validade depende de observações. A importância da semântica na teoria da contabilidade reside em constatar se o usuário da informação contábil está compreendendo o significado pretendido pelas informações contábeis evidenciadas. Tal intento reforça a necessidade das informações contábeis apresentarem fidelidade de representação, conceitos bem definidos e verificabilidade empírica.

Kam (1989) menciona que a semântica está voltada à relação entre uma palavra, um símbolo ou um sinal no mundo abstrato em correlação ao objeto ou evento do mundo real. Assim, quanto mais precisa for essa relação, mais reduzirá a probabilidade de incorrer em erros ou entendimentos indesejáveis. Kam explica que, às vezes, estas relações são chamadas de regras de correspondência ou definições operacionais, pois é a relação semântica que torna uma teoria realística e significativa. No campo semântico é preciso considerar que o valor das informações depende da capacidade que elas têm de melhorar o conhecimento sobre uma determinada realidade, colaborando para reduzir possíveis riscos e incertezas,

de tal maneira que os usuários sintam-se mais tranquilos e apoiados no processo decisório.

Portanto, na linguagem semântica, a preocupação é com o significado da linguagem. A idéia básica está fundamentada na melhor representatividade das demonstrações contábeis. Hendriksen e Van Breda (1999) explicam que as demonstrações financeiras devem apresentar medidas claramente interpretáveis dos recursos e das obrigações da empresa em um momento específico e permitir mensurações interpretativas de posição financeira com o passar do tempo.

A principal dificuldade com a utilização do enfoque semântico é a falta de definição clara e suficiente dos termos utilizados pela contabilidade. Conceitos como ativo, passivo, receitas e despesas, por exemplo, não possuem um conteúdo semântico adequadamente definido. Um dos objetivos da contabilidade é proporcionar uma medida relativa dos recursos disponíveis à empresa para a geração de recebimentos futuros. No entanto, com o passar do tempo podem ocorrer mudanças que venham a alterar a expectativa de geração de recebimentos futuros, e, dessa forma, o método de mensuração de ativos escolhido deverá ser capaz de representar esta mudança ao longo do tempo (Costa e Theóphilo, 2001).

Com relação ao objetivo pragmático, este foca a utilidade ou relevância da contabilidade para os investidores e os demais usuários da informação contábil. Para Hendriksen e Van Breda (1999), por meio de conteúdo empírico, o enfoque pragmático preocupa-se com a importância e utilidade das informações nas decisões, contribuindo para as previsões de resultados e o entendimento de eventos presentes e passados. O objetivo pragmático, de acordo com Kam (1989), refere-se ao efeito das palavras ou símbolos sobre as pessoas, ou seja, a contabilidade está preocupada em conhecer como os conceitos contábeis e suas medidas correlatas no mundo real colidem no comportamento humano.

O enfoque da abordagem pragmática está na capacidade da informação fazer alguma diferença em uma decisão, ajudando os usuários a fazer previsões dos resultados de eventos passados, presentes e futuros e, ainda, confirmar ou corrigir expectativas anteriores (Hendriksen e Van Breda, 1999).

Dias Filho e Nakagawa (2002), ao fazerem referência à semiótica, comentam que a literatura contábil compartilha do princípio de que a contabilidade, como sistema destinado a identificar, mensurar e comunicar eventos de natureza econômica, está inserida no ambiente da tridimensionalidade da linguagem. Explicam que Mason e Swanson (1981) interpretam a mensuração como um signo quantitativo, baseando-se no fato de que utilizam numerais para representar alguns atributos associados a um certo objeto ou evento de interesse. Consideram que os eventos possuem atributos ou características qualitativas observáveis que podem ser mensurados.

O conceito científico de mensuração é essencialmente de natureza semântica, uma vez que associa números a objetos ou eventos, a fim de que suas propriedades ou atributos sejam fiel-

mente representados. Quando se pretende descrever, explicar ou predizer a natureza dos objetos ou eventos, o foco é eminentemente semântico. No que se refere ao capital intelectual, por caracterizar-se como elemento intangível, sua mensuração está revestida de subjetividade, sendo esta uma das maiores dificuldades no processo de atribuição de valores monetários. Por conseguinte, o que pode se fazer é acompanhar o seu desenvolvimento por meio de indicadores que possibilitem avaliar o potencial do capital intelectual de criar vantagens às organizações.

CONCLUSÕES

Tem-se como conceitualmente aceito que o conhecimento humano tornou-se um recurso econômico proeminente e estratégico, devido à agregação de valor às empresas. É visto como um dos bens mais valiosos e poderosos, inclusive superior aos próprios recursos naturais ou todos os bens físicos que as entidades possuem registradas em seus ativos.

No entanto, dadas as particularidades dos ativos intangíveis, caracterizam-se como investimentos de difícil mensuração, constituindo-se um desafio técnico atribuir-lhes valores monetários. Assim, as metodologias de avaliação do capital intelectual tentam identificar como as ações empregadas nas empresas influenciam o valor dos ativos, uma vez que o valor de mercado de uma empresa é constituído tanto pelo patrimônio visível quanto pelo invisível.

A contabilidade tem se empenhado em estudar as várias possibilidades de comunicar os recursos que compõem o patrimônio das entidades aos usuários internos e externos. Com isso, a contabilidade é vista como a linguagem do mundo dos negócios e como tal se insere numa tridimensionalidade de relações. Na abordagem da tridimensionalidade da linguagem contábil, constatou-se que deve preocupar-se com os efeitos que as palavras têm sobre os ouvintes (linguagem pragmática), com os significados das palavras (linguagem semântica) e com o sentido lógico das palavras (linguagem sintática).

No que diz respeito ao objetivo semântico das informações contábeis, este se preocupa em verificar se o usuário está compreendendo o significado pretendido pelas informações evidenciadas pela contabilidade. Por conseguinte, a mensuração dos ativos, sob o enfoque semântico, pressupõe que todas as medidas devem possuir finalidades interpretativas quanto às variações financeiras ocorridas no patrimônio da empresa.

Os indicadores para a avaliação do capital intelectual apresentados pelos autores investigados são essencialmente não-financeiros e alicerçados nos conceitos de organizações do conhecimento. A falta de estrutura teórica coerente aos setores emergentes do conhecimento é uma característica da atualidade. Assim, a maior dificuldade aparentemente não reside em criar medidas intangíveis, mas interpretá-las.

As metodologias de avaliação do capital intelectual apresentam uma infinidade de indicadores que possibilitam às organizações o monitoramento de suas atividades. Porém, aplicá-los em sua totalidade significa estar disposto a depreender e com-

prometer tempo e recursos financeiros em tal intento. Dessa forma, sugere-se eliminar os índices redundantes, os menos importantes e os extremamente difíceis de serem medidos, bem como acrescentar novos indicadores exclusivos à atuação de cada empresa que pretenda avaliar seu desempenho.

REFERÊNCIAS

- AAA - American Accounting Association. 1957. *Accounting and reporting standards for corporate financial statements and preceding statements and supplements*. Florida, American Accounting Association.
- ALMEIDA, J.J.M. 2001. Risco e paradigma da auditoria. *Revista Revisores e Empresas*, Rio de Janeiro, jul./set. Disponível em: <<http://www.amprotec.gov.br>>. Acesso em: 10/04/2003.
- ANTHONY, R.N. 1972. *Contabilidade gerencial*. São Paulo, Atlas.
- ANTUNES, M.T.P. 2000. *Capital intelectual*. São Paulo, Atlas.
- ANTUNES, M.T.P. e MARTINS, E. 2002. Capital intelectual: verdades e mitos. *Revista Contabilidade e Finanças*, 29:41-54, maio/ago.
- ARNOSTI, J. C. M., GIL, A. L. e NEUMANN, R. A. 2003. A mensuração do capital intelectual: desafio para a profissão contábil. In: CONFERÊNCIA INTERAMERICANA DE CONTABILIDADE, XXV, Panamá, 2003. *Anais eletrônicos...* Disponível em: <http://www.eac.fea.usp.br/print/ivan/artigo/arquivos/art_36.pdf>. Acesso em: 12/06/04.
- BARBOSA, J.G.P. e GOMES, J. S. 2001. Um estudo exploratório do controle gerencial de ativos e recursos intangíveis (capital intelectual) em empresas brasileiras. In: ENANPAD, XXV, 2001. Campinas. *Anais...* Campinas-SP: ANPAD, 2001. CD-ROM.
- BEDFORD, N.M. e BALADOUNI, V.A. 1962. Communication theory approach to accounting. *The Accounting Review*, 37:650-659;
- BRADLEY, K. 1996. *Intellectual capital and new wealth of nations*. Conferência proferida na Royal Society of Arts. Londres, 24 out.
- BROOKING, A. 1996. *Intellectual capital: core asset for the third millennium enterprise*. Boston, Thomson Publishing.
- CABRITA, R. 2004. O capital intelectual: a nova riqueza das organizações. *Revista Digital do Instituto de Formação Bancária. European Distance Education Network*. Disponível em: http://www.ifb.pt/publicacoes/info_57/artigo03_57.htm. Acesso em: 12/06/04.
- COLAUTO, R.D. 2001. *Proposta de metodologia de avaliação da gestão do conhecimento para uma empresa do setor comercial*. Florianópolis, SC. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção). Universidade Federal de Santa Catarina, 136p.
- COLAUTO, R. D. e BEUREN, I. M. 2003. Proposta para avaliação da gestão do conhecimento em entidade filantrópica: o caso de uma organização hospitalar. *Revista de Administração Contemporânea*, 7(4):163-185.
- COSTA, A.C.O. e THEÓPHILO, C.R. 2001. Mensuração de ativos: uma discussão sob a ótica da teoria contábil como linguagem. In: ASIAN PACIFIC CONFERENCE ON INTERNATIONAL ACCOUNTING ISSUES, 13, 2001. Rio de Janeiro. *Anais...* Rio de Janeiro-RJ: FEA/USP, CD-ROM.
- DAVENPORT, T. H. e PRUSAK, L. 1998. *Conhecimento empresarial: como as organizações gerenciam o seu capital intelectual*. 3ª ed., Rio de Janeiro, Campus.

- DIAS FILHO, J. M. 2000. A linguagem utilizada na evidenciação contábil: uma análise de sua compreensibilidade à luz da teoria da comunicação. *Revista Contabilidade e Finanças*, **13**(24):38-49.
- DIAS FILHO, J. M. e NAKAGAWA, M. 2002. Reflexões sobre a dimensão semiótica da análise de balanços: uma contribuição à otimização de decisões de crédito. In: ENANPAD, XXVI, 2002. Salvador. *Anais...* Salvador-BA: ANPAD, CD-ROM.
- EDVINSSON, L. e MALONE, M. S. 1998. *Capital intelectual: descobrindo o valor real de sua empresa pela identificação de seus valores internos*. São Paulo, Makron Books.
- FASB – Financial Accounting Standards Board. 1980. *Statement of financial accounting standards nº 4: Impact on corporate risk and insurance management*. Stamford, Connecticut.
- HENDRIKSEN, E. S. e VAN BREDÁ, M. F. 1999. *Teoria da contabilidade*. São Paulo, Atlas.
- IJIRI, Y. 1975. Theory of accounting measurement. *Studies in accounting research*, 10.
- KAM, V. 1989. *Accounting theory*. 2ª ed., California, John Wiley & Sons.
- KAPLAN, R. S. e NORTON, D. 1997. *A estratégia em ação: balanced scorecard*. 8ª ed., Rio de Janeiro, Campus.
- MOST, K. S. 1977. *Accounting theory*. Columbus, Grid.
- NORTON, D. 2001. Medir a criação de valor é uma tarefa possível. *HSM Management*, **4**(24).
- OLIVEIRA, J.M. e BEUREN, I.M. 2003. O tratamento contábil do capital intelectual em empresas como valor de mercado superior ao valor contábil. *Revista de Contabilidade e Finanças*, **13**(32):81-98.
- PACHECO, V. 2001. O capital intelectual e sua divulgação pela contabilidade de recursos humanos. *Revista Conselho Regional de Contabilidade do Paraná*, **129**:31-37.
- PAIVA, S.B. 2000. Capital intelectual: um novo paradigma para a gestão de negócios. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CONTABILIDADE, IX, 2000. Goiânia. *Anais...* Goiânia-GO: CFC, CD-ROM.
- SANTOS, J.L. e SCHMIDT, P. 2003. Goodwill: o mais intangível dos intangíveis. *Revista de Contabilidade do Conselho Regional de Contabilidade do Estado de São Paulo*, **26**:30-42.
- STEWART, T. A. 1997. *Capital intelectual: a nova vantagem competitiva das empresas*. 7ª ed., Rio Janeiro, Campus.
- SVEIBY, K. E. 1998. *A nova riqueza das organizações: gerenciando e avaliando patrimônios do conhecimento*. 4ª ed., Rio de Janeiro, Campus.

Submissão: 02/04/2005
Aceite: 07/06/05

ROMUALDO DOUGLAS COLAUTO

Doutor em Engenharia de Produção – UFSC.
Coordenador do Curso de Ciências Contábeis do
Instituto de Ensino Superior da Grande Florianópolis.
E-mail: rdcolauto@terra.com.br

ILSE MARIA BEUREN

Doutora em Controladoria e Contabilidade – FEA/USP.
Professora do Programa de Pós-Graduação em
Ciências Contábeis da Universidade Regional de
Blumenau – FURB.
E-mail: ilse@furb.br