

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS – UNISINOS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS
NÍVEL MESTRADO

ROSEMARY GELATTI BACKES

**Evidenciação do Capital Intelectual: Análise de Conteúdo dos Relatórios de
Administração de Companhias Abertas Brasileiras**

São Leopoldo (RS)

2005

Livros Grátis

<http://www.livrosgratis.com.br>

Milhares de livros grátis para download.

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS – UNISINOS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS
NÍVEL MESTRADO

Rosemary Gelatti Backes

**Evidenciação do Capital Intelectual: Análise de Conteúdo dos Relatórios de
Administração de Companhias Abertas Brasileiras**

Dissertação apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis da Universidade do Vale do Rio dos Sinos, como requisito parcial para obtenção do título de Mestre em Ciências Contábeis.

Orientador: Prof. Dr. Ernani Ott

Co-orientadora: Prof^ª. Dr^ª. Daniela Wiethaeuper

São Leopoldo (RS)

2005

Ficha catalográfica elaborada pela Biblioteca da
Universidade do Vale do Rio dos Sinos

B126e Backes, Rosemary Gelatti
Evidenciação do capital intelectual: análise de conteúdo dos
relatórios de administração de companhias abertas brasileiras / por
Rosemary Gelatti Backes. – 2005.
177 f .

Dissertação (mestrado) — Universidade do Vale do Rio dos
Sinos, Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis, 2005.

“Orientação: Prof. Dr. Ernani Ott, Centro de Ciências
Econômicas.”

1.Capital intelectual. 2. Evidenciação contábil. 3. Companhias
abertas. I. Título.

CDU 658:165.5

Catálogo na Publicação:
Bibliotecária Eliete Mari Doncato Brasil - CRB 10/1184

Dissertação **Evidenciação do Capital Intelectual: análise de conteúdo dos relatórios de administração de companhias abertas brasileiras**, apresentada ao Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis – Nível Mestrado da Universidade do Vale do Rio dos Sinos pela aluna **Rosemary Gelatti Backes** e aprovada em 23 de março de 2005, pela Banca Examinadora.

Prof. Dr. Ernani Ott
Universidade do Vale do Rio dos Sinos

Prof^ª. Dr^ª. Daniela Wiethaeuper
Universidade do Vale do Rio dos Sinos

Visto e permitida a impressão
São Leopoldo, / / .

Prof. Dr. Ernani Ott
Coordenador do PPG em Ciências Contábeis

Dedico com muita intensidade todos os meus esforços e conquistas ao meu filho Leonardo, meu estímulo, minha alegria, minha esperança de que tudo que sou e faço se eternize em seu coração, em seus valores, em suas lembranças e perpetuamente entre os seus, que para sempre, também, serão meus!

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus pelo dom da vida e por reconhecer a sua importância, pelas alegrias e pelas dificuldades que se apresentaram no decorrer do curso. As alegrias foram entusiasmo; as dificuldades, fortalecimento.

Os momentos agradáveis somente existem quando os valorizamos e percebemos nas pessoas que estão conosco motivo para nos alegrar; a razão das dificuldades é o crescimento pessoal e a oportunidade de identificar quem temos ao nosso lado. Assim, agradeço a todos que se mantiveram ao meu lado nessa caminhada e que de uma forma, ou de outra, contribuíram para o meu crescimento.

Agradeço a minha mãe, que a Deus tudo confia e por isso aceita as dificuldades da vida com serenidade e força invejáveis; aos meus irmãos, minhas cunhadas e seus familiares que acolheram meu filho em suas casas e em suas vidas com muito carinho nos dias em que não me fazia presente.

Agradeço, especialmente, ao meu irmão Gilberto, a Bia, ao Rafael e ao Ranieri por me receberem em sua casa e em seus corações no decorrer do curso propiciando conforto, bem estar, apoio e carinho nesta jornada.

Para toda realização deve existir um ideal, mas principalmente precisamos de pessoas que acreditem em nosso potencial. Agradeço todo apoio e incentivo do meu esposo Ângelo Roberto e do amigo e professor do curso de graduação Ms. Ângelo Rogério Meneghetti.

Agradeço a Irmã Claudia, minha prima, amiga e conselheira, pela disponibilidade e dedicação incondicional em me ouvir, incluindo-me em suas orações.

Aos colegas do mestrado, agradeço a oportunidade ímpar de conhecê-los, pelas trocas de experiências e críticas construtivas, sempre que se fizeram necessárias. Agradeço, especialmente, uma imensa conquista no mestrado, à minha amiga Márcia, pela amizade que nos impulsionou a percorrer esse caminho com alegria e confiança.

Agradeço aos meus professores do Curso de Pós-Graduação em Ciências Contábeis, pelos conhecimentos transmitidos ao longo do curso. Ao Professor Dr. Adolfo A. Vanti que participou como avaliador em minha entrevista de seleção, por acreditar em meu potencial. Ao Professor Dr. Auster M. Nascimento, a quem expressei minha admiração, pelas críticas construtivas e sugestões no exame de qualificação.

Com muito carinho agradeço ao Prof. Dr. Ernani Ott por ter aceitado me acompanhar na orientação deste estudo com dedicação incondicional, pela compreensão e pelos valiosos ensinamentos, estendendo à minha co-orientadora Prof^a. Dr^a. Daniela Wiethaeuper, por todo empenho e contribuições.

À secretaria de Pós-Graduação do Mestrado, em especial a Ana Zilles, pelo senso profissional e competência e, principalmente, pelas manifestações de estímulo e carinho.

E, por fim, expressei o meu agradecimento ao meu filho Leonardo que soube compreender a razão de minha ausência e sempre me estimulou, dando força e coragem através do olhar e das palavras de admiração.

O homem almeja o conhecimento para sua auto-realização; o conhecimento, por ser infinito, lhe exige a busca eterna; a transmissão do conhecimento lhe concede poder, credibilidade, reconhecimento e satisfação.

Rosemary Gelatti Backes

RESUMO

Este estudo objetivou analisar as informações sobre capital intelectual evidenciadas nos relatórios de administração de companhias abertas brasileiras divulgados com data-base de 31/12/2003. Para tanto, procedeu-se à pesquisa documental com aplicação da técnica de análise de conteúdo nos relatórios de administração das companhias abertas listadas pela BOVESPA em nível 1 de governança corporativa. Para aplicação da técnica análise de conteúdo construiu-se o instrumento de pesquisa composto de categorias referentes aos componentes de capital intelectual: capital humano, capital estrutural e capital de clientes, assim como as respectivas subcategorias. A partir disso, cada unidade de análise, a sentença, que se referia a esses elementos passou a ser codificada de acordo com a categoria/subcategoria correspondente e a contagem das sentenças definiu a frequência de informações sobre o capital intelectual nos relatórios analisados. Os dados coletados foram tratados estatisticamente tendo-se comprovado a consistência interna do instrumento de pesquisa. A companhia Brasil Telecom destacou-se como a companhia que apresentou maior frequência de informações sobre capital intelectual. As diferenças entre os setores não se mostraram significativas e o teste de correlação de *Pearson* revelou a existência de correlação entre as variáveis tamanho dos relatórios e frequência das categorias de capital intelectual, o mesmo não ocorrendo em relação ao porte das companhias. Finalmente, identificou-se que os relatórios de administração das companhias analisadas possuem informações sobre capital intelectual, embora ainda devam ocorrer maiores esforços nesse sentido, apresentando com maior frequência a categoria capital estrutural, com destaque para a subcategoria responsabilidade social; seguida pela categoria capital humano, na qual apresentou-se com maior número de sentenças a subcategoria treinamento/desenvolvimento dos funcionários; e a categoria capital de clientes, com evidência para a subcategoria imagem da empresa. Observou-se que a apresentação dessas informações não se dá de forma estruturada abrangendo os três componentes de capital intelectual tratados no referencial teórico, no entanto, ressalta-se que em 51,7% dos relatórios havia seções específicas concentrando informações sobre o capital humano.

Palavras-chaves: conhecimento, evidenciação contábil, capital intelectual.

ABSTRACT

The aim of the present study was to analyse the intellectual capital information detected in annual reports of Brazilian open companies with database 31/12/2003. For this purpose, a documental research with content analysis technique was carried out upon the management reports from the open companies listed by BOVESPA at corporate governance level 1. For the use of the content analysis technique a research instrument was developed consisting of categories referring to the intellectual capital components: human capital, structural capital and customers capital as well as their respective sub-categories. From that point on, each analysis unit, the statement that referred to these elements started to be coded in accordance with the correspondent category/sub-category and the counting of statements defined the frequency of information about intellectual capital in the analysed reports. The collected data were treated statistically confirming the internal consistency of the research instrument. The *Brasil Telecom* has stood out as the company that presents the highest frequency of information about intellectual capital. The differences among sectors were not significant and the *Pearson* correlation test revealed the existence of correlation among the report size variables and the intellectual capital frequency categories regardless of company size. Finally, it was verified that the management reports from the analysed companies contain information about intellectual capital, although there must be additional efforts in this area. The structural capital category has appeared more frequently with special attention to the social responsibility sub-category; next, the human capital sub-category in which the staff training/development sub-category concentrated the larger number of statements; and the client capital category associated with the company image sub-category. It was also observed that the presentation of such information does not follow a structured pattern involving the three intellectual capital components treated in the theoretical section of the present work. However, it is relevant to mention that in 51,7% of the reports there were specific sections concentrating information about human capital.

Key-words: knowledge, accounting disclosure, intellectual capital

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – Identificação dos Ativos em Processo de Aquisição de Empresas	62
Figura 2 – Balanço Visível e Ativos Intangíveis	68
Figura 3 – Navegador <i>Skandia</i>	93

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 – Evolução do Conhecimento Contábil em Função das Mudanças na Sociedade ...	32
Quadro 2 – Intangíveis.....	59
Quadro 3 – Componentes do Capital Intelectual.....	70
Quadro 4 – Monitor de Ativos Intangíveis	99
Quadro 5 – Mapa para identificação de Potenciais Geradores de Intangíveis	102
Quadro 6 – Companhias Listadas no Nível 1 de Governança Corporativa - BOVESPA	121
Quadro 7 – Categorias de Capital Intelectual.....	128

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Média do <i>Market-to-Book Ratio</i> das 500 Maiores Empresas Americanas.....	84
Gráfico 2 – Navegador de Capital intelectual.....	90
Gráfico 3 – Proporção de Companhias e Objetivos Internos na Divulgação do Relatório de Capital Intelectual.....	112
Gráfico 4 – Proporção de Companhias e Objetivos Importantes na Divulgação do Relatório de Capital Intelectual.....	113
Gráfico 5 – Número de Itens Evidenciados por Prospectos IPO.....	115
Gráfico 6 – Frequência das Categorias de Capital Intelectual nas Companhias	139
Gráfico 7 – Tipo de <i>Disclosure</i> de Capital Intelectual	141

LISTA DE TABELAS

Tabela 1 – Áreas de Foco do Capital Intelectual - <i>American Skandia</i>	111
Tabela 2 – Dados de Identificação das Companhias	131
Tabela 3 – Consistência Interna do Instrumento	134
Tabela 4 – Frequência das Categorias de Capital Intelectual nas Companhias.....	136
Tabela 5 – Tipo de <i>Disclosure</i> por Categoria e Subcategorias de Capital Humano	143
Tabela 6 – Tipo de <i>Disclosure</i> por Categoria e Subcategorias de Capital Estrutural.....	148
Tabela 7 – Tipo de <i>Disclosure</i> por Categoria e Subcategorias de Capital de Clientes	152
Tabela 8 – Categorias de Capital Intelectual nos Setores de Atividade	155
Tabela 9 – Porte da Companhia, Tamanho do Relatório e Categoria de Capital Intelectual .	157
Tabela 10 – Correlação entre Tamanho dos Relatórios e Categorias de Capital Intelectual..	158

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	17
1.1 Contextualização.....	17
1.2 Objetivos	21
1.2.1 Objetivo geral	21
1.2.2 Objetivos específicos	21
1.3 Delimitação do Estudo.....	22
1.4 Relevância do Estudo	22
1.5 Estrutura da Dissertação	25
2 REFERENCIAL TEÓRICO	26
2.1 A Era da Informação e do Conhecimento e Seu Impacto na Contabilidade	26
2.2 Objetivos da Contabilidade.....	35
2.3 Características da Informação Contábil	40
2.4 Evidenciação (<i>Disclosure</i>).....	41
2.4.1 Métodos de evidenciação.....	44
2.4.2 Estudos sobre <i>disclosure</i> de informações espontâneas realizados no Brasil.....	51
2.5 Capital Intelectual.....	56
2.5.1 Definição de capital intelectual	56
2.5.2 Componentes do capital intelectual.....	63
2.5.3 O reconhecimento do capital intelectual no valor de mercado da empresa.....	71
2.5.4 Mensuração do capital intelectual	80
2.5.5 Evidenciação (<i>disclosure</i>) do capital intelectual	105
2.5.6 Relatórios de capital intelectual.....	108
3 MÉTODO DE PESQUISA.....	117
3.1 Classificação da Pesquisa	118
3.2 Universo da Pesquisa	120
3.3 Coleta e Tratamento dos Dados	122
3.4 Análise dos Dados	123
3.4.1 Análise de conteúdo.....	123
3.4.2 Instrumento de pesquisa	126
3.4.3 Procedimentos e elementos específicos do universo	129
3.5 Limitação do Método.....	133
4 ANÁLISE DOS RESULTADOS	134

4.1 Consistência Interna do Instrumento de Análise	134
4.2 Frequência das Categorias de Capital Intelectual.....	135
4.3 Tipo de <i>Disclosure</i> nas Categorias de Capital Intelectual.....	140
4.3.1 Tipo de <i>disclosure</i> por categoria e subcategorias de capital humano	142
4.3.2. Tipo de <i>disclosure</i> por categoria e subcategorias de capital estrutural	148
4.3.3 Tipo de <i>disclosure</i> por categoria e subcategorias de capital de clientes.....	152
4.4 Categorias de Capital Intelectual e Elementos Específicos das Companhias.....	155
4.4.1 Categorias de capital intelectual e setores de atividade	155
4.4.2 Categorias de capital intelectual, tamanho dos relatórios de administração e porte das companhias	157
4.5 Seções sobre Capital Intelectual nos Relatórios de Administração das Companhias ..	160
5 CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES	162
5.1 Conclusão	162
5.2 Recomendações	166
REFERÊNCIAS	168
ANEXOS	173

1 INTRODUÇÃO

1.1 Contextualização

O processo de transformação da sociedade é contínuo e progressivo, moldando um contexto diferente ao longo do tempo, o que permite inferir que o perfil da sociedade atual decorre dos erros e acertos da sociedade anterior, apesar da tênue linha que as separa, tendo em vista o caráter gradativo desse processo.

O progresso da humanidade e a evolução das ciências são efeitos da ação humana em diferentes momentos e em diversas áreas, provocando reflexos em todos os setores. Surge, então, a necessidade de acompanhar as demandas impostas por esses avanços que, se de um lado são positivos, de outro podem ser ameaçadores e impositivos, atuando com poder excludente sobre as pessoas e processos julgados como impróprios ou inadequados a este novo momento, a esta nova era.

A partir da confirmação de que a máquina poderia substituir o esforço físico e, ainda, reduzir o tempo na produção, o homem passou a buscar novas aplicações a esse instrumento de forma a intensificar a sua utilidade até atingir a ‘função intelectual’ que poderia exercer, ou

seja, conferir-lhe essencialmente a memória como dispositivo de cooperação à habilidade mental do ser humano.

Assim, o progresso tecnológico desempenha um importante papel no desenvolvimento de um novo ambiente, a exemplo do processo de globalização, promovido pela facilidade e rapidez das comunicações, contudo traz consigo ameaças que induzem o homem à busca constante de adequação e superação às imposições das transformações tecnológicas que passam a moldar uma nova sociedade.

Nesse contexto, as transformações atingem sobremaneira as organizações, fazendo com que os recursos informação e conhecimento passem a ser utilizados como fatores estratégicos para obtenção de vantagem competitiva em relação aos concorrentes. A informação possibilitando a eficácia do processo decisório através da facilitação da escolha pelo gestor, como a opção por uma alternativa para aplicação de um recurso entre várias existentes. O conhecimento, conduzindo a organização, através de estratégias inteligentes e constantes inovações, em busca do encantamento do cliente como a garantia de fluxo de caixa positivo no futuro.

Os recursos do conhecimento atingem notoriedade a partir do surgimento do termo ‘capital intelectual’ que, de acordo com Edvinsson e Malone (1998, p. 40), “é a posse de conhecimento, experiência aplicada, tecnologia organizacional, relacionamentos com clientes e habilidades profissionais que proporcionam à empresa uma vantagem competitiva no mercado”.

Na busca do diferencial frente à competitividade, a proporção de investimentos em ativos intangíveis ou ativos do conhecimento passa a ser significativa, em contraste com a irrelevância observada em outros tempos. As empresas já não investem somente em ativos físicos, como estoque ou imobilizado. Os recursos também são canalizados para investimentos em ativos do conhecimento, que atuam sobre os fatores de produção, criando valor para a organização.

Como exemplo disso, destacam-se os investimentos na marca, visando fixar a imagem da empresa ou produto no mercado; os projetos de pesquisa e desenvolvimento de novos produtos, demonstrando a preocupação com a inovação; a valorização e o desenvolvimento do capital humano com o intuito de assegurar os talentos que propiciam novas idéias e possuem habilidade nas tomadas de decisões; e os métodos e processos internos, objetivando a geração e disseminação do conhecimento na organização.

Tais investimentos precisam ser eficazmente gerenciados para proporcionar benefícios futuros e, conseqüentemente, possibilitar a continuidade do negócio. Para que esse processo de gerenciamento se desenvolva com eficiência, estudiosos têm concentrado esforços sobre esses recursos, visando identificar, mensurar, reconhecer contabilmente e divulgar esses ativos que agregam valor para a organização.

A Contabilidade se expressa através de demonstrações contábeis como o Balanço Patrimonial, Demonstração do Resultado do Exercício, Demonstração de Lucros ou Prejuízos Acumulados, Demonstração das Mutações do Patrimônio Líquido, Demonstração das Origens e Aplicações de Recursos, além de Notas Explicativas. Essas demonstrações compõem o relatório anual das companhias, sendo precedidas em sua evidenciação pelo Relatório de

Administração, exigido pela Lei das Sociedades Anônimas (Lei 6404/76, art. 133) e pela Comissão de Valores Mobiliários (Parecer de Orientação nº 4 de 01 de outubro de 1979). Esse conjunto de demonstrações atua como veículo de comunicação das companhias com os usuários, permitindo que se mantenham informados sobre a qualidade da gestão que está sendo realizada, bem como traçar tendências em relação ao futuro.

Considerando que as demonstrações contábeis tradicionais devem observar as Normas Brasileiras de Contabilidade, os Princípios Fundamentais de Contabilidade e atender à legislação fiscal, ainda não tem sido possível o reconhecimento do capital intelectual nesses demonstrativos, devido às dificuldades de identificação e mensuração. Por isso, o relatório de administração, como um demonstrativo de informações de caráter espontâneo, descritivas e menos técnicas, é uma opção para as companhias divulgarem aos seus *stakeholders* informações sobre esses recursos intangíveis que atuam na criação de valor organizacional.

Diante do exposto, considerando a evidenciação do capital intelectual como uma necessidade atribuída à Contabilidade, justificada pelas características desse novo ambiente e os respectivos reflexos no patrimônio das organizações, formula-se a seguinte questão de pesquisa:

- Que informações sobre o capital intelectual estão sendo evidenciadas nos relatórios de administração de companhias abertas brasileiras?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo geral

Em vista do problema exposto, o objetivo geral deste estudo fica assim formulado:

- Analisar as informações sobre capital intelectual, evidenciadas nos relatórios de administração de companhias abertas brasileiras.

1.2.2 Objetivos específicos

Para possibilitar o atendimento do objetivo geral, busca-se atingir os seguintes objetivos específicos:

- Determinar a frequência referente às categorias de capital intelectual, evidenciadas nos relatórios de administração.
- Identificar possíveis semelhanças entre os elementos conceituais do capital intelectual, e a forma de estruturação para efeitos de apresentação das referidas informações nos relatórios.
- Analisar a influência de elementos específicos de cada companhia na evidenciação de capital intelectual.

1.3 Delimitação do Estudo

A abordagem teórica deste estudo compreende a exposição de elementos relacionados ao tema capital intelectual, entre eles: a ascensão dos recursos conhecimento e informação na formação de uma nova sociedade e os respectivos impactos no patrimônio das empresas; a evolução dos objetivos da Contabilidade e a importância da evidenciação de informações sobre este valioso ativo intangível, o capital intelectual. O estudo abrange algumas discussões sobre os ativos intangíveis e o *goodwill*, contudo o enfoque principal é o capital intelectual.

No tocante à pesquisa, o estudo limita-se à análise dos relatórios de administração do ano de 2003, com vistas a analisar a evidenciação do capital intelectual pelas companhias.

Salienta-se, também, que o enfoque adotado neste estudo não contempla a ótica do usuário externo, ou seja, considerou-se a importância atribuída à evidenciação do capital intelectual pelas companhias e pela Contabilidade.

1.4 Relevância do Estudo

A Contabilidade, como ciência social, sofre influências do meio em que está inserida, cabendo aos profissionais da área buscar os aprimoramentos que se fazem necessários para que os objetivos fins da mesma não fiquem à mercê de julgamentos inadequados ou, ainda, justificativas cômodas em oposição às mudanças.

Sabe-se que o cenário atual é muito diferente daquele no qual a Contabilidade teve sua origem; as exigências dos usuários já não são as mesmas e os recursos do conhecimento, antes não identificados, atingem relevância e dimensões cada vez maiores, provocando maior concentração de investimentos em ativos intangíveis e alterando a composição patrimonial das empresas, cujo não reconhecimento nas demonstrações contábeis provoca lacunas entre o valor de mercado das companhias (cotação das ações da companhia na bolsa de valores) e seu valor contábil, ainda que outras variáveis devem ser consideradas para explicar essa diferença.

Sendo a Contabilidade uma ciência dinâmica, os estudos tendem a moldar as suas funções de acordo com a ação que o ambiente exerce sobre seu objeto. Estudiosos têm concentrado esforços na busca de identificar e mensurar esses recursos, no entanto esse processo é complexo devido à subjetividade inerente aos ativos intangíveis, além disso prima-se pela confiabilidade que essa ciência deve assegurar a seus usuários, motivo pelo qual o reconhecimento do capital intelectual tem sido tratado com cautela e seriedade necessárias.

A partir da identificação dos objetivos da Contabilidade com a geração de informações a seus usuários, o Conselho Federal de Contabilidade (2003, p. 37) assinala que

em países com um ativo mercado de capitais, assume importância ímpar a existência de informações corretas, oportunas, suficientes e inteligíveis sobre o patrimônio das entidades e suas mutações, com vistas à adequada avaliação de riscos e oportunidades por parte dos investidores, sempre interessados na segurança de seus investimentos e em retornos compensadores em relação às demais aplicações.

Ressalta-se, entretanto, que mesmo no caso do Brasil onde o mercado de capitais, em termos mundiais, não é muito representativo, os investidores e os acionistas necessitam de informações dotadas das mesmas características expostas na citação, para que seja possível,

da mesma forma que em países com um mercado mais ativo de capitais, traçar expectativas futuras a respeito de seus investimentos.

Destaca-se, ainda, que a primazia na evidenciação de informações pode, inclusive, desencadear um processo evolutivo no mercado de capitais brasileiro, advindo do aumento da confiabilidade do investidor e maior segurança no investimento, quando embasado em informações que lhe possibilitem inferir sobre as tendências futuras do negócio.

Por isso, há uma expectativa pela evidenciação de informações originadas da Contabilidade que digam respeito a todos os elementos patrimoniais, incluindo-se o capital intelectual como recurso essencial da atualidade, cuja evidenciação espontânea pode auxiliar no processo decisório da própria empresa e de seus *stakeholders*.

Assim, espera-se que este estudo possa contribuir para a conscientização de que o capital intelectual, como um valioso ativo organizacional, necessita ser divulgado ao usuário externo, de forma a contribuir no processo decisório, principalmente no que se refere à valorização da companhia e à inferência de predições.

Destaca-se, também, a utilização da técnica de análise de conteúdo para identificar as informações sobre capital intelectual, evidenciadas nos relatórios de administração.

Dada a sua natureza, este estudo se enquadra na linha de pesquisa ‘Teoria da Contabilidade’ do Programa de Pós Graduação – Mestrado em Ciências Contábeis da Universidade do Vale do Rio dos Sinos – UNISINOS.

1.5 Estrutura da Dissertação

O estudo está organizado em cinco capítulos, sendo que no primeiro capítulo apresenta-se a introdução, composta pela contextualização do tema, a definição do problema, os objetivos propostos, a delimitação da pesquisa, a relevância do estudo e a estrutura da dissertação.

No segundo capítulo tem-se o referencial estudado, discorrendo-se sobre a ascensão dos recursos conhecimento e informação na formação de uma nova sociedade e os respectivos impactos na Contabilidade; os objetivos da Contabilidade; as características da informação contábil; a evidenciação, os métodos de evidenciação, estudos sobre evidenciação de informações espontâneas no Brasil; o capital intelectual, seus componentes, os métodos de mensuração e a importância de sua evidenciação.

No terceiro capítulo trata-se do método de pesquisa, contendo a classificação da pesquisa, o universo, o processo de coleta e tratamento de dados, a técnica de análise dos dados e as limitações do método.

No quarto capítulo apresenta-se a análise dos resultados da pesquisa, no quinto capítulo expõem-se a conclusão e as recomendações para futuros estudos sobre o tema, seguido das referências e anexos.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 A Era da Informação e do Conhecimento e Seu Impacto na Contabilidade

Diversos autores têm caracterizado o momento atual, destacando a ascensão dos recursos informação e conhecimento (LASTRES; FERRAZ, 1999; BROOKING, 1997; SVEIBY, 1998; STEWART, 1998; DRUCKER, 1970; CRAWFORD, 1994).

Lastres e Ferraz (1999, p. 32) descrevem a evolução da sociedade através da associação ao conceito de paradigma tecno-econômico como “resultado dos esforços objetivando explicar as diferenças dinâmicas e padrões de geração, uso e difusão de tecnologias e outras inovações associadas”. A partir dessa perspectiva, apresentam as tecnologias da informação como um novo paradigma tecno-econômico que afeta de forma desigual todas as atividades econômicas, tendo como centro das mudanças o crescimento acelerado de setores intensivos em informação e conhecimento, denotando uma certa dependência generalizada dos recursos vistos como fundamentais, a informação e o conhecimento.

Os citados autores, ao denominar a tecnologia da informação como quinto paradigma tecno-econômico, iniciado entre os anos de 1970/1980, o situam após os respectivos paradigmas precedentes: a mecanização, como primeiro paradigma, correspondendo ao período de 1770/1780 a 1830/1840; prosseguindo com o segundo paradigma, caracterizado pela força a vapor e ferrovia, entre o período de 1830/1840 a 1880/1890; com o terceiro paradigma, em meio aos anos de 1880/1890 a 1920/1930, marcado pela energia elétrica e pela engenharia pesada; e, com o quarto paradigma, o da produção em massa, entre os anos de 1920/1930 a 1970/1980.

Entre as principais características do novo paradigma (T.I.) e dos efeitos da difusão das tecnologias de informação e de comunicação através da economia, enumeradas pelos autores, destacam-se :

- a) a crescente complexidade dos novos caminhos e tecnologias utilizados pela sociedade;
- b) a aceleração dos processos de geração e de fusão de conhecimentos, intensificação de inovações, reduzindo os ciclos de vida de produtos e processos;
- c) a maior capacidade de codificação, transmissão, armazenamento e processamento de conhecimento;
- d) as mudanças nas formas de gestão e organização empresarial, estabelecendo novos padrões de relacionamentos;
- e) as exigências por maior qualificação dos recursos humanos.

Conforme Brooking (1997), a tecnologia da informação alterou a natureza das empresas. A conquista dos clientes e o suprimento de suas necessidades de consumo

requerem novas técnicas e métodos diferentes, frutos da tecnologia da informação, tecnologia das comunicações e a exigência de uma força de trabalho mais qualificada, embasada mais em conhecimentos especializados e tecnologia, do que em trabalho manual.

A tecnologia da informação acentua novas práticas de produção, comercialização e consumo de bens e serviços, provocando substantivas modificações nas relações, forma e conteúdo do trabalho, que passa a assumir um caráter mais informacional, ou seja, tendo como matéria-prima principal a informação. Além de repensar os métodos de trabalho, promoveu amplas mudanças na forma de trabalhar, demandando novas habilidades e permitindo, por exemplo, a criação de serviços que antes não eram possíveis, o que resultou em uma expressiva expansão do setor de serviços.

No Brasil, de acordo com os dados do Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística IBGE (2003), o setor de serviços parte de 44% do PIB em 1900, chegando a 50% nos anos 30 e 40 e a 61% na última década do século XX, com ganhos de participação constantes ao longo do tempo e refletindo uma tendência clássica no desenvolvimento das nações.

Sveiby (1998) se refere ao crescimento acentuado da nova geração de empresas como organizações do conhecimento ou empresas do conhecimento, constituídas por trabalhadores do conhecimento, considerados como ativos intangíveis, cuja função consiste em converter informação em conhecimento. Baseando-se em estatísticas da Organização para Cooperação e Desenvolvimento Econômico (OECD), descreve o movimento do setor de serviços nos Estados Unidos no período de 1960 a 1992, evidenciando um crescimento de 10% no período, em comparação a uma queda de igual percentual no setor de produção. No entanto, ressalta-se

que os recursos do conhecimento não são específicos do setor dos serviços, mas caracterizam-se como recursos utilizados em todos os setores, variando a intensidade.

Com referência ao raciocínio do autor, de que os trabalhadores do conhecimento são ativos intangíveis, cuja função consiste em converter informação em conhecimento, adverte-se que apesar do conhecimento se originar das pessoas, para que se torne um ativo para a organização deve haver a conversão deste ativo individual em recurso que possa ser utilizado por todas as pessoas na organização e em prol da mesma, ou, mais precisamente, o ativo intangível é o conhecimento individual, convertido em legado para a organização e perpetuado sob a forma de cultura organizacional.

Dessa forma, mesmo nos casos em que um colaborador deixa a empresa, parte de seu ativo intelectual fica integrado na cultura organizacional da mesma, sendo considerado, nesse caso, um capital humano, ao contrário de pessoas que não possuem tal habilidade ou função dentro da organização, cuja atuação não transforma conhecimento em legado organizacional.

De acordo com Stewart (1998, p. XIV), “nessa nova era, a riqueza é produto do conhecimento. O conhecimento e a informação [...] tornaram-se as matérias-primas básicas e os produtos mais importantes da economia”. A declaração do autor é embasada no raciocínio de que os recursos físicos foram substituídos, nesta nova era, pelos recursos baseados em conhecimento, capazes de proporcionar a criação de riqueza.

Evoca-se, contudo, para fins de reflexão, que a ascensão desses recursos decorre da evolução tecnológica que faz com que a sua importância seja percebida como tal, embora os mesmos sempre estivessem presentes, mesmo que em menor grau, pois o próprio estágio

evolutivo da humanidade decorre da aplicação do conhecimento humano. O que se altera é a exigência em se demonstrar a importância desses recursos e canalizá-los de forma a maximizar a sua aplicação.

Esse raciocínio é perceptível na citação retirada de Moscové, Simkin e Bagranoff (2002, p. 22), os quais entendem que

na era da informação, as empresas estão percebendo que o sucesso ou fracasso depende cada vez mais de como gerenciam e usam as informações. Uma característica da era da informação é o emprego da maior parte da força de trabalho como trabalhadores do conhecimento. Esses trabalhadores estão produzindo e usando informações e conhecimentos.

Drucker (1970, p. 25) atribui *status* significativo ao conhecimento, ao assinalar que

na nova economia o conhecimento não é apenas um recurso, ao lado dos tradicionais fatores de produção – trabalho, capital e terra – mas sim o único recurso significativo atualmente. O fato de o conhecimento ter-se tornado o recurso, muito mais do que apenas um recurso, é o que torna singular a nova sociedade.

A posição do autor, ao referir-se ao conhecimento como ‘único recurso significativamente importante’, pode ser criticada por minimizar ou desconsiderar a importante contribuição dos tradicionais fatores de produção na formação da riqueza. Deve-se ter consciência da relevância do recurso do conhecimento, contudo, sua aplicação está conectada com outros fatores, a exemplo do recurso financeiro que alavanca o grau de conhecimento de uma organização, através de investimentos em infra-estrutura necessária para disponibilizar ao trabalhador condições e suporte para desenvolver e aplicar o seu conhecimento.

Como se percebe, independente da denominação encontrada para designar o momento atual, é consenso dos autores a ascensão dos recursos informação e conhecimento, apesar do

termo conhecimento já englobar a informação, pois a informação é válida se possuir um significado. Essa coesão entre informação e conhecimento é constatada nas palavras de Crawford (1994, p. 21): “conhecimento é a capacidade de aplicar a informação a um trabalho ou a um resultado específico. [...] A informação é a matéria-prima para o conhecimento”.

Adverte-se que a evolução da sociedade não segue um padrão, nem medidas exatas para as mais variadas dimensões que atinge, pois, enquanto alguns países atingem um alto nível de evolução, outros menos favorecidos seguem a passos mais lentos e, conseqüentemente, tardarão a alcançar os mesmos patamares dos mais desenvolvidos.

Entretanto, para efeitos deste estudo, consideram-se as implicações das mudanças apontadas pelos autores para caracterizar o momento atual sobre as organizações, as quais, através da aplicação do conhecimento sob a forma de tecnologias disponíveis, inovação, qualidade superior, propaganda, publicidade, estratégias, etc, geram benefícios intangíveis, atuam de forma mais competitiva no mercado e agregam valor.

A Contabilidade, como uma ciência social, sofre influências do meio em que se encontra inserida, ‘percebe’ as tendências e ‘sente’ a necessidade de se moldar de acordo com o contexto. A partir das quatro sociedades básicas descritas por Crawford (1994), Antunes (1999, p. 65) torna visível a evolução da sociedade e os respectivos reflexos na Contabilidade, conforme Quadro 1.

Sociedade primitiva
Cenário Mundial: economia baseada na agricultura e pecuária, individual ou restrita a pequenos grupos.
Reflexos na Contabilidade: nenhum. Apenas a contagem física dos bens (inventário periódico).
Sociedade Agrícola
Cenário Mundial: economia baseada na agricultura; método de produção artesanal; início das relações comerciais com o advento das descobertas marítimas; formação de sociedades comerciais denominadas comandita.
Reflexos na Contabilidade: necessidade de controle mais apurado em virtude das expedições marítimas; investimentos contabilizados no início das expedições e resultado apurado após a venda das mercadorias para atender às necessidades dos sócios e do controle do Estado, para controle dos impostos.
Sociedade Industrial
Cenário Mundial: economia baseada no capital e no trabalho; mecanização do trabalho e produção em série; formação de grandes empresas na área industrial e na prestação de serviços; obrigatoriedade de pagamento de impostos para pessoas físicas e jurídicas; administração científica; as duas guerras mundiais.
Reflexos na Contabilidade: Sistemas de Informações gerenciais; divulgação de relatórios para atender os acionistas, gerentes e governo; auditoria externa; separação dos custos de produção; reconhecimento sistemático da depreciação; organização formal de institutos e órgãos contábeis; realização do orçamento governamental e formas de controle e divulgação; mensuração de custos, produtos e performance gerenciais. Primeiro trabalho sistemático abordando o <i>goodwill</i> .
Sociedade do Conhecimento
Cenário Mundial: economia globalizada; recurso do conhecimento; informatização da produção e do trabalho, difusão da tecnologia da informação e das telecomunicações.
Reflexos na Contabilidade: harmonização das normas internacionais de Contabilidade; sistema de informações contábeis para decisões estratégicas; novas formas de mensuração do valor da empresa.

Quadro 1 – Evolução do Conhecimento Contábil em Função das Mudanças na Sociedade

Fonte: ANTUNES, Maria Thereza Pompa. Contribuição ao Entendimento e Mensuração do Capital Intelectual. São Paulo: FEA/USP. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis), Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, 1999, p. 65.

A visualização do quadro permite confirmar a ‘preocupação’ da Contabilidade com as necessidades dos usuários e afirma seu caráter social. É possível inferir que à medida que os negócios e as organizações atingem proporções maiores, cresce a importância e exigência da

informação tanto sob o aspecto gerencial, quanto do ponto de vista dos demais usuários, acionistas, sociedade e governo.

Concentrando-se nos impactos ocasionados pelas características da sociedade do conhecimento na Contabilidade e, considerando nesse contexto, a globalização dos mercados, denota-se um movimento intensivo da comunidade e de órgãos normativos que centralizam esforços na tentativa de harmonização das normas contábeis, visando possibilitar maior similaridade dos efeitos sobre o patrimônio, decorrentes de transações realizadas pelas empresas, independente da nacionalidade das mesmas.

A tecnologia da informação proporciona aprimoramento e desenvolvimento de novos instrumentos de análise gerencial e novas possibilidades de cruzamento de dados, evidenciando resultados para apreciação e utilização pelos usuários internos e externos no processo decisório e na avaliação de tendências.

Entretanto, Hendriksen e Van Breda (1999, p. 49) alertam para o fato de que “o mundo sofreu uma revolução informacional que deveria ter afetado a Contabilidade de maneira dramática. Entretanto, tal como aconteceu na revolução industrial, tem havido uma defasagem entre as invenções e as aplicações”. Na seqüência, os autores prevêm que o progresso tecnológico poderá revolucionar a divulgação financeira, através de base de dados gerados pela Contabilidade, que poderão ser acessados de forma seletiva pelos administradores, permitindo a produção do tipo de demonstração desejada e a visualização de gráficos dinâmicos. Assim, a aplicação da tecnologia existente disponibilizará esse tipo de informação aos investidores, revolucionando a Contabilidade.

A identificação do conhecimento como um recurso capaz de criar valor e em consequência disso, o reconhecimento de sua importância como um ativo organizacional causa impacto na estrutura, gestão e composição patrimonial das organizações.

Considerando as implicações na estrutura das organizações provocadas pela ascensão dos recursos do conhecimento, pode-se citar a atribuição de maior valor à área de recursos humanos nas organizações e o surgimento de novos cargos, a exemplo do grupo Skandia¹, primeira organização a nomear um diretor de capital intelectual. Da mesma forma, destaca-se uma maior descentralização dos níveis hierárquicos, visando propiciar maior liberdade e um ambiente mais participativo. Adicionalmente, pode-se citar as comunidades de prática como grupos de pessoas que se reúnem formal ou informalmente para a troca de experiências e que, conforme Stewart (1998, p. 87) “realizam dois trabalhos principais na formação do capital humano: transferência do conhecimento e inovação”.

O referido autor relata um estudo aplicado na Nynex, evidenciando que a gerência no sentido convencional pode prejudicar a comunicação, ou seja, nos grupos informais as pessoas tendem a se sentir mais livres e manifestar suas opiniões, promovendo o aprendizado organizacional.

No tocante às alterações na forma de gerenciar as organizações, pode-se citar os modelos de gestão baseados no gerenciamento das pessoas (gestão de pessoas) e do conhecimento (gestão do conhecimento), decorrentes da necessidade de manter a capacidade das empresas em superar os desafios impostos pelo ambiente organizacional.

¹ *Skandia* - Companhia sueca de seguros e de serviços financeiros que em 1995 publicou o primeiro relatório anual sobre capital intelectual no mundo.

A afirmação de que os recursos do conhecimento provocam modificações na composição patrimonial das organizações, pode ser confirmada a partir das evidências de que as empresas têm concentrado expressivo montante de seu capital em recursos intangíveis, cujos potenciais de geração de resultados, condição básica de um ativo patrimonial, não são avaliados e retratados pela Contabilidade, evidenciando lacunas entre o valor contábil das empresas, apontado pela Contabilidade, e o valor atribuído pelo mercado às organizações, o qual reconhece o valor desses recursos que atuam sobre a dinâmica organizacional, conferindo valor às mesmas.

O exposto confirma a função da Contabilidade na identificação de alternativas que contemplem as mutações ocorridas no patrimônio das organizações, de forma a atender as necessidades dos usuários dessa ciência, especialmente, no tocante ao reconhecimento, valorização, mensuração e evidenciação dos recursos do conhecimento, tendo em vista que a satisfação das necessidades de informação dos usuários é um dos principais objetivos da Contabilidade.

2.2 Objetivos da Contabilidade

Para compreender a atuação da Contabilidade, como ciência social, é imperativo conhecer os seus objetivos. Assim, o Conselho Federal de Contabilidade (2003, p. 35), através da Resolução 774/94, apêndice à Resolução 750/93, que trata dos Princípios Fundamentais de Contabilidade, separa os objetivos da Contabilidade em científico e pragmático, expostos da seguinte forma:

o objetivo científico da Contabilidade manifesta-se na correta apreensão e análise das causas das suas mutações. Já sob a ótica pragmática, a aplicação da Contabilidade a uma entidade em particular busca prover os usuários com informações sobre aspectos de natureza econômica, financeira e física do Patrimônio da Entidade e suas mutações, o que compreende registros, demonstrações, análises, diagnósticos e prognósticos, expressos sob a forma de relatos, pareceres, tabelas, planilhas e outros meios.

Observa-se um maior detalhamento dos objetivos da Contabilidade quando sua aplicação está direcionada a uma entidade particularizada, ressaltando-se a questão da informação aos usuários da mesma, isto é, parte-se do objetivo científico da Contabilidade, direcionando-o aos usuários dessa ciência através da informação.

A Comissão de Valores Mobiliários (CVM), através da Deliberação nº 29, de 05 de Fevereiro de 1986, aprovou e referendou o pronunciamento do Instituto Brasileiro de Auditores Independentes (IBRACON), conforme proposta do Instituto de Pesquisas Contábeis, Atuariais e Financeiras, USP (IPECAFI), que dispõe sobre a estrutura conceitual básica da Contabilidade, mencionando que “a Contabilidade é, objetivamente, um sistema de informação e avaliação destinado a prover seus usuários com demonstrações e análises de natureza econômica, financeira, física e de produtividade, com relação à entidade objeto de contabilização” (CVM, Deliberação 29/86, item 1).

Com relação às informações de natureza econômica, o referido documento esclarece que o enfoque é contábil, citando como exemplos de dimensões econômicas: os fluxos de receitas e despesas, o capital e o patrimônio líquido. Os fluxos de caixa e de capital de giro são caracterizados no documento como dimensões financeiras.

Ainda, na Deliberação 29/86 da CVM, atribui-se importância às informações de natureza física, baseado no fato de que um sistema de informação e avaliação que vise

adequar-se à evolução dos empreendimentos não pode restringir-se apenas a informações monetárias, mas incluir informações de natureza física como, por exemplo, evidenciar as quantidades geradas de produtos ou de serviços, e outras informações que possibilitem ao usuário inferir sobre a evolução do empreendimento.

No tocante às informações de natureza de produtividade, o documento se refere à utilização mista de conceitos, citando, como exemplos, indicadores que integram ambas as dimensões, a física e a financeira: receita bruta *per capita* e depósitos por clientes (nos bancos).

Examinando-se o conteúdo das demonstrações contábeis, pode-se afirmar que nas mesmas são priorizadas as dimensões de natureza econômica e financeira, enquanto que a dimensão física e de produtividade encontram maior campo para evidenciação nos relatórios gerenciais e nos de administração.

Iudícibus e Marion (2000 p. 53), nessa mesma linha, consideram como objetivo da Contabilidade “fornecer informação estruturada de natureza econômica, financeira e, subsidiariamente, física, de produtividade e social, aos usuários internos e externos à entidade objeto da Contabilidade”.

A inclusão de informações sociais nos objetivos da Contabilidade aumenta a abrangência das informações que devem ser disponibilizadas pela mesma. Possivelmente, essa inclusão seja decorrente da busca de sua adaptação às exigências dos usuários, principalmente em um momento em que a responsabilidade social assume uma posição de destaque no que concerne à imagem da empresa na sociedade.

Referindo-se à utilidade da informação contábil no processo de tomada de decisão, Hendriksen e Van Breda (1999, p. 135) destacam citações provenientes de órgãos normativos como a Associação Americana de Contabilidade (*American Accounting Association*) que considera a Contabilidade como “o processo de identificação, mensuração e comunicação de informação econômica para permitir a realização de julgamentos bem informados e a tomada de decisões por usuários da Contabilidade”, e o Conselho de Princípios Contábeis (*Accounting Principles Board – APB*), para quem a função da Contabilidade é “fornecer informação quantitativa, principalmente de natureza financeira, sobre entidades econômicas, de utilidade para a tomada de decisões econômicas”.

Na Deliberação 29/86 da CVM (item 1) é apresentado em grifo o objetivo principal da Contabilidade como: “permitir, a cada grupo principal de usuários, a avaliação da situação econômica e financeira da entidade, num sentido estático, bem como fazer inferências sobre suas tendências futuras”.

Na seqüência, são dispostas alíneas que pressupõem condições para que a Contabilidade possa contribuir na avaliação de tendências (CVM, Deliberação 29/86, item 1):

- a) as conjunturas do passado se repetirem, mesmo que numa perspectiva monetária diferente (inflação ou deflação, sem alteração profunda do mercado); ou
- b) o agente (usuário) conseguir transformar o modelo informativo contábil num modelo preditivo, o que somente será possível dentro do esquema mental de conhecimento e da sensibilidade do previsor. O modelo informativo-contábil e o modelo preditivo são duas peças componentes, não mutuamente exclusivas do processo decisório.

Percebendo os limites informativos das demonstrações contábeis, considerando o formato e disposição das mesmas e, principalmente, os aspectos normativos e fiscais, a deliberação da CVM destaca a importância da evidenciação em conjunto com a eleição da

essência ao invés da forma como pressupostos para o cumprimento dos objetivos da Contabilidade, principalmente no contexto da companhia aberta/usuário externo. Nesse sentido, dispõe (CVM, Deliberação 29/86, item 1):

1º) As empresas precisam dar ênfase à evidenciação de todas as informações que permitem a avaliação da sua situação patrimonial e das mutações de seu patrimônio e, além disso, que possibilitem a realização de inferências perante o futuro.

As informações não passíveis de apresentação explícita nas demonstrações, propriamente ditas, devem, ao lado das que representam detalhamentos de valores sintetizados nessas mesmas demonstrações, estar contidas em notas explicativas ou em quadros complementares.

Essa evidenciação é vital para se alcançar os objetivos da Contabilidade, havendo hoje exigências no sentido de se detalharem mais ainda as informações (por segmento econômico, região geográfica etc.) Também informações de natureza social passam cada vez mais a ser requisitadas e supridas.

2º) A contabilidade possui um grande relacionamento com os aspectos jurídicos que cercam o patrimônio, mas, não raro, a forma jurídica pode deixar de retratar a essência econômica. Nessas situações, deve a Contabilidade guiar-se pelos seus objetivos de bem informar, seguindo, se for necessário para tanto, a essência ao invés da forma.

Fica claro, na citação, a evidenciação e a preferência da essência sobre a forma como próprias da Contabilidade, tendo em vista o cumprimento dos seus objetivos, pois como menciona Iudícibus (1997, p. 19), “a formulação de tais objetivos ou sua materialização por meio da observação da realidade transcendem os próprios princípios e normas contábeis”.

A postura da Contabilidade está vinculada às mudanças sociais, visando suprir os anseios de seus usuários. As evidências conduzem a uma dificuldade inerente à Contabilidade, ou seja, o atendimento específico da necessidade de cada usuário, em particular, tendo em vista que cada um deseja suprir com informações seu modelo decisório.

Os posicionamentos dos diversos autores apresentados nesse tópico vinculam a geração de informações aos objetivos da Contabilidade, tornando-se necessário discorrer sobre as características da informação contábil.

2.3 Características da Informação Contábil

De acordo com a Norma Brasileira de Contabilidade – NBC T1, “as informações geradas pela Contabilidade devem propiciar aos seus usuários base segura às suas decisões, pela compreensão do estado em que se encontra a Entidade, seu desempenho, sua evolução, riscos e oportunidades que oferece” (CFC, 2004, p. 01).

A NBC T1 dispõe, ainda, que a informação contábil, em especial, aquela contida em demonstrações contábeis e a prevista em legislação, deve revestir-se de atributos indispensáveis para propiciar a revelação da entidade, os quais constituem premissas básicas para que a informação contábil tenha utilidade no processo de tomada de decisão do usuário.

Esses atributos são:

- a) confiabilidade;
- b) tempestividade;
- c) compreensibilidade; e
- d) comparabilidade.

A confiabilidade é o atributo que transmite confiança ao usuário, ao ponto deste utilizar a informação como base na tomada de decisão, uma vez que a confiança faz com que a aceite como verdadeira.

O atributo da tempestividade, indiscutivelmente, atinge relevância cada vez maior nos tempos atuais, quando as mudanças são constantes e o tempo é considerado como um dos fatores determinantes da vantagem competitiva, de tal forma que o usuário precisa ter à sua disposição as informações contábeis em tempo hábil e com a sua periodicidade mantida.

A compreensão da informação contábil pelo usuário irá determinar a eficiência no seu uso. Entretanto, a NBC T1 adverte que para alcançar a desejada compreensibilidade, o usuário necessita dispor de conhecimentos de Contabilidade, dos negócios e das atividades da entidade, em nível tal que o habilitem ao entendimento das informações que lhe são disponibilizadas.

No tocante à característica comparabilidade, a NBC T1 (2004, p. 3) assinala que “deve possibilitar ao usuário o conhecimento da evolução entre determinada informação ao longo do tempo, numa mesma entidade ou em diversas entidades, ou a situação destas num momento dado, com vistas a possibilitar o conhecimento das suas posições relativas”. Na seqüência, a referida norma adverte que “a manutenção da comparabilidade não deverá constituir elemento impeditivo da evolução qualitativa da informação contábil”.

Esse aspecto é importante, pois a Contabilidade, como ciência social, deve acompanhar as mudanças do ambiente, sendo constantes a busca de aperfeiçoamento e a melhoria na qualidade dos serviços prestados aos usuários.

O processo de divulgação da informação contábil será tratado no próximo título denominado ‘evidenciação’.

2.4 Evidenciação (*Disclosure*)

O progresso tecnológico tem possibilitado o aprimoramento no processo de transmissão de informações aos usuários da Contabilidade, que se mostram cada vez mais

exigentes, especialmente no que se refere à qualidade das informações necessárias para auxiliá-los na tomada de decisões.

Nesse sentido, surge um importante elemento de comunicação entre a empresa e os seus grupos de interesse (*stakeholders*) denominado evidenciação ou *disclosure*. No Brasil, de acordo com Iudicibus (1997), esses termos são usados como sinônimos. Contudo, o termo '*disclosure*' significa revelação e o termo 'evidenciação' possui o significado de tornar evidente, mostrar com clareza. A diferença entre ambos é sutil, mas é oportuno considerar que, para efeitos deste estudo, o termo evidenciação com o significado de revelar condiz mais com a necessidade da Contabilidade de incorporar as transformações ocorridas no ambiente organizacional e trazer à tona informações sobre os elementos intangíveis das organizações. Independente desse fato, ambos serão utilizados como sinônimos.

É importante compreender onde se insere a evidenciação no âmbito da ciência contábil, pois, de acordo com Iudicibus (1997, p. 81), “na verdade, o *disclosure* está ligado aos objetivos da Contabilidade, ao garantir informações diferenciadas para os vários tipos de usuários”. Constata-se que essa ligação entre o *disclosure* e os objetivos da Contabilidade fica mais nítida na medida em que a Contabilidade vem deixando para trás a condição de uma mera técnica de registros, para ser entendida como uma ciência comprometida com a geração de informações úteis aos seus usuários.

Nesse sentido, Hendriksen e Van Breda (1999, p. 107) assinalam: “para que esta informação seja útil, ela deve ser relevante (isto é, deve ter valor preditivo e valor como *feedback*), e deve ser confiável (isto é, deve ter fidelidade de representação, ser verificável e neutra)”.

Referindo-se ao atributo da relevância da informação, Iudícibus (1997, p. 82) assim se pronuncia:

com relação à quantidade de evidenciação, muitas expressões e conceitos têm sido utilizados; alguns falam em evidenciação adequada (*adequate disclosure*), outros ainda em evidenciação justa (*fair disclosure*) e outros ainda em evidenciação plena (*full disclosure*). Na verdade, não existe diferença efetiva entre tais conceitos, embora tenham sido utilizados com significados distintos; toda informação para o usuário precisa ser, ao mesmo tempo, adequada, justa e plena, pelo menos no que se refere ao detalhe evidenciado. Afinal, o sentido da evidenciação é que a informação que não for relevante deve ser omitida a fim de tornar os demonstrativos significativos, possíveis de serem entendidos plenamente.

Para o autor, o nível ótimo de evidenciação é delimitado pela relevância da informação para o usuário. Ocorre que existem vários tipos de usuários da informação contábil e cada um possui interesse em algum tipo de informação, atribuindo relevância ou não ao que lhe é disponibilizado.

A importância da prática da evidenciação é reconhecida nas palavras de Iudícibus (1997, p. 115) ao assinalar que “a evidenciação é um compromisso inalienável da Contabilidade com seus usuários e com os próprios objetivos”.

Assim, a evidenciação deve ser um elemento facilitador e condutor na escolha da melhor alternativa entre as opções disponíveis, e isso somente é possível se o usuário estiver embasado em informações confiáveis que lhe permitam um conhecimento suficiente de seu negócio, para com base no presente inferir, com menor risco de erro possível, acerca das tendências futuras de seu investimento.

2.4.1 Métodos de evidenciação

De acordo com Hendriksen e Van Breda (1999), existem diversos métodos de evidenciação, sendo que a escolha do método mais adequado deve levar em conta a natureza da informação e sua importância relativa. Os métodos relacionados pelos autores são:

- a) formato e disposição das demonstrações contábeis formais;
- b) terminologia e apresentação detalhadas;
- c) informações entre parênteses;
- d) notas explicativas;
- e) demonstrações e quadros complementares;
- f) comentários no parecer de auditoria;
- g) relatório de administração.

- a) Formato e disposição das demonstrações contábeis formais

As demonstrações contábeis concentram o número mais significativo de informações de natureza financeira. Hendriksen e Van Breda (1999) argumentam a favor de possíveis alterações no formato e disposição das mesmas, visando ressaltar certos tipos de informações não divulgadas nas demonstrações elaboradas sob a forma tradicional. Os autores citam, como exemplo, a possibilidade de reorganização de classificações básicas no balanço patrimonial, que convergiriam para revelações úteis como a evidenciação do capital circulante líquido, subtraindo-se o valor do passivo circulante do valor do ativo circulante. Outra alternativa seria apresentar na demonstração de resultados as despesas classificadas em fixas e variáveis,

proporcionando maior utilidade para o usuário na medida em que lhe permitiria fazer predições sobre resultados futuros em função de variações no volume de vendas.

b) Terminologia e apresentação detalhadas

Deve-se prezar pela precisão e compreensibilidade dos termos utilizados como títulos e descrições nas demonstrações contábeis. Nesse sentido, Hendriksen e Van Breda (1999) destacam o uso prioritário da informação detalhada em relação à concisão nos relatórios contábeis. Argumentam que por mais que esta última seja considerada como uma meta desejável, devido às limitações da amplitude de atenção e da capacidade de compreensão dos seres humanos, que preferem dados contábeis resumidos para obtenção de significado e utilidade, a informação detalhada deve ser tratada prioritariamente quando visar relatórios para fins de tomada de decisões.

c) Informações entre parênteses

Quando se está diante da ocorrência de descrições longas, referindo-se a títulos de itens componentes das demonstrações, procede-se a definições ou explicações adicionais que devem ser descritas em notas entre parênteses.

Hendriksen e Van Breda (1999) apresentam uma relação de dados não quantitativos que podem ser apresentados em notas entre parênteses, como segue:

- indicação do procedimento ou método específico de avaliação adotado;
- características especiais que atribuam maior importância a determinado item em relação aos demais,

- detalhes sobre o valor de determinados itens apresentados na classificação mais ampla apresentada;
- ocorrência de avaliações alternativas como, por exemplo, preço corrente de mercado;
- referências a informações correlatas que constem em outras demonstrações ou outras partes do relatório.

d) Notas explicativas

As notas explicativas têm sido frequentemente utilizadas como alternativa de divulgação mais ampla sobre informações consideradas relevantes. No entanto, Hendriksen e Van Breda (1999, p 525) advertem que “o uso generalizado de notas explicativas tem dificultado o desenvolvimento adequado das próprias demonstrações, pois tem resultado na substituição de melhor informação no corpo da demonstração por notas explicativas”.

Na seqüência, os autores listam os tipos mais comuns de notas explicativas, a saber:

- explicações sobre técnicas ou alterações nos métodos;
- explicações sobre direitos de credores e ativos específicos ou direitos de propriedade;
- evidenciação de ativos ou passivos contingentes;
- divulgação de restrições para pagamentos de dividendos;
- descrições de transações que afetam o capital social e os direitos dos acionistas;
- descrições de contratos executórios.

A Lei das Sociedades por Ações (Lei 6404/76) em seu art. 176, parágrafo 5º, trata das notas explicativas estabelecendo que estas deverão indicar:

- os principais critérios de avaliação dos elementos patrimoniais, especialmente estoques, dos cálculos de depreciação, amortização e exaustão, de constituição de provisões para encargos ou riscos, e dos ajustes para atender a perdas prováveis na realização de elementos do ativo;
- os investimentos em outras sociedades, quando relevantes (Art. 247, parágrafo único);
- o aumento de valor de elementos do ativo resultante de novas avaliações (Art. 182, § 3º);
- os ônus reais constituídos sobre elementos do ativo, as garantias prestadas a terceiros e outras responsabilidades eventuais ou contingentes;
- a taxa de juros, as datas de vencimento e as garantias das obrigações a longo prazo;
- o número, espécies e classes das ações do capital social;
- as opções de compra de ações outorgadas e exercidas no exercício;
- os ajustes de exercícios anteriores (Art. 186, § 1º);
- os eventos subseqüentes à data de encerramento do exercício que tenham, ou possa vir a ter, efeito relevante sobre a situação financeira e os resultados futuros da companhia.

e) Demonstrações e quadros complementares

Informações detalhadas que não devem constar no corpo das demonstrações para não prejudicar a concisão das mesmas podem ser apresentadas em quadros complementares, enquanto que as demonstrações complementares caracterizam-se por expor informações adicionais, não necessariamente detalhadas.

Tanto Iudícibus (1997) quanto Hendriksen e Van Breda (1999) recomendam, por exemplo, a divulgação nas demonstrações complementares dos efeitos das variações do nível geral de preços sobre a situação financeira e as operações da empresa.

f) Comentário no parecer de auditoria

De acordo com Hendriksen e Van Breda (1999), os comentários no parecer de auditoria funcionam como um método de divulgação dos seguintes tipos de informação:

- efeito significativo decorrente da utilização de métodos contábeis distintos dos geralmente aceitos;
- efeito significativo decorrente de mudança de um método contábil geralmente aceito por outro;
- divergência de opinião entre o auditor e o cliente com relação à aceitabilidade de um ou mais métodos contábil utilizados nos relatórios.

Os autores complementam, afirmando que os dois primeiros tipos de informação expostos devem estar contidos nos próprios relatórios e que a ocorrência de dupla evidenciação torna-se necessária para garantir a segurança do usuário a respeito da comparabilidade e uniformidade entre os relatórios. Comentando sobre o último tipo de informação, salientam que o auditor, ao detectar a adoção pela empresa por critérios que não estejam em concordância com os princípios fundamentais de Contabilidade, deve mencionar os motivos e efeitos de tal adoção em seu parecer.

g) Relatório da administração

Esta última forma de evidenciação caracteriza-se por apresentar informações financeiras e não financeiras preponderantemente descritivas e, especialmente, por permitir a inclusão de informações espontâneas ou não obrigatórias.

Referindo-se a informações obrigatórias, a Lei 6.404/76 estabelece que o relatório da administração deve ser publicado juntamente com as demonstrações contábeis do encerramento do exercício social, devendo conter informações sobre:

- a) aquisição de debêntures de sua própria emissão (art.55, §2º);
- b) política de reinvestimento de lucros e distribuição de dividendos constantes de acordo de acionistas (art. 118, § 5º);
- c) negócios sociais e principais fatos administrativos ocorridos no exercício (art. 133, I);
- d) relação dos investimentos em sociedades coligadas e/ou controladas, evidenciando as modificações ocorridas durante o exercício (art. 243).

De acordo com o Parecer de Orientação da CVM, nº 15 de 28/12/87:

o relatório, como peça integrante das demonstrações financeiras, deverá, pois, complementar as peças contábeis e notas explicativas, observada a devida coerência com a situação nelas espelhada, formando um quadro completo das posturas e do desempenho da administração na gestão e alocação dos recursos que encontram-se a ela confiados. [...] A complexidade crescente dos negócios e a instabilidade do ambiente econômico e o seu reflexo inevitável na vida das companhias exige uma postura cada vez mais profissional das administrações e o relatório pode e deve se transformar num elemento poderoso de comunicação entre a companhia, seus acionistas e a comunidade em que está inserida.

No tocante a informações espontâneas, a CVM, através do referido Parecer de Orientação, sugere a divulgação no relatório de administração das seguintes informações:

- 1) descrição dos negócios, produtos e serviços;
- 2) comentários sobre a conjuntura econômica geral;
- 3) recursos humanos;
- 4) investimentos;
- 5) pesquisa e desenvolvimento;
- 6) novos produtos e serviços;
- 7) proteção ao meio ambiente;
- 8) reformulações administrativas;

- 9) investimentos em controladas e coligadas;
- 10) direitos dos acionistas e dados de mercado;
- 11) perspectivas e planos para o exercício em curso e os futuros;
- 12) no caso de companhia de participações, contemplar, além das informações mencionadas, informações relativas às empresas investidoras; e
- 13) considerações finais.

Destacam-se, na relação acima, sugestões da CVM para a divulgação de informações referentes a elementos que integram o capital intelectual, como recursos humanos, pesquisa e desenvolvimento, bem como a divulgação de informações que retratam a postura da organização em relação à sociedade e ao meio ambiente, possibilitando identificar como esses valores estão inseridos na cultura organizacional, o que se traduz em ativo organizacional (capital estrutural), ou até mesmo em passivo, caso a empresa não esteja desenvolvendo ações nessa área.

Outras informações sugeridas para compor o relatório anual são (HENDRIKSEN; VAN BREDA, 1999, p. 530):

- mudanças e eventos não financeiros ocorridos durante o ano, e que afetaram o funcionamento da empresa;
- expectativas a respeito do futuro do setor e da economia e o papel da empresa nestas perspectivas;
- planos de crescimento e mudanças nas operações no período imediatamente seguinte ou nos períodos subsequentes;
- a magnitude e o efeito esperado de investimentos correntes e previstos, bem como do esforço de pesquisa da empresa.

Sobre predições futuras, a Fundação Instituto de Pesquisas Contábeis, Atuariais e Financeiras (FIPECAFI, 2000, p. 398) dispõe:

os usuários objetivam analisar a situação atual e de resultados passados da empresa fornecidos pelas demonstrações financeiras, objetivando também servir de elemento preditivo da evolução e resultados futuros da empresa, que melhor orientem suas decisões no presente.

É, portanto, neste aspecto que a Administração pode fornecer importante contribuição aos usuários, ou seja elaborar o relatório de administração de maneira orientada para o futuro, não só a fornecer projeções e operações previstas para o futuro, mas também ao fazer análises do passado, indicativas de tendências futuras.

Do exposto transparece a razão da preferência pela utilização dos relatórios de administração como fonte de dados para realização da análise da evidenciação do capital intelectual desenvolvida neste estudo, haja vista a importância atribuída à evidenciação de informações que podem servir como subsídios para traçar tendências futuras em relação à empresa, especialmente pelos investidores.

A CVM julga como atributo fundamental para assegurar o desenvolvimento do mercado de capitais a manutenção da eficiência e da confiabilidade nesse mercado, considerando como tarefa de envergadura do órgão regulador o aperfeiçoamento da informação ao investidor, destacando como meio para se atingir esse propósito a evidenciação de informações relevantes para a avaliação da situação patrimonial presente e futura.

2.4.2 Estudos sobre *disclosure* de informações espontâneas realizados no Brasil

Para ilustrar a importância atribuída à evidenciação contábil nos últimos anos, apontam-se alguns estudos efetuados sobre o tema, realçando, inclusive, o relatório de administração como instrumento eficaz na efetivação da evidenciação de informações espontâneas. Dar-se-á destaque às informações espontâneas que se referem a componentes de capital intelectual, mesmo não sendo estudos específicos.

a) Estudo realizado por Gonçalves (2002)

Gonçalves (2002) efetuou uma pesquisa em 744 companhias abertas registradas na CVM, visando identificar a evidenciação de informações espontâneas por parte das mesmas, nos relatórios de administração e notas explicativas. Nos resultados apresentados pelo autor, destacou-se com maior ocorrência a evidenciação, nos relatórios de administração, do item 'programas de recursos humanos', apresentado por 25,4% das companhias, incluindo informações sobre treinamento de pessoas, programas de participação nos resultados e outros benefícios ou programas relacionados com a força de trabalho.

De acordo com o autor, a prática de divulgação deliberada de informações das empresas para o mercado, tanto quantitativas quanto qualitativas, obrigatórias ou voluntárias, é uma tendência e está cada vez mais sendo requerida. Argumenta que

a contabilidade não pode ser um fim em si mesma, mas através da divulgação por meio de demonstrações contábeis e outros relatórios em apoio às administrações das entidades, deve-se dar a conhecer o atual estágio de determinado empreendimento, tanto em termos patrimoniais e financeiros, como de lucratividade e aplicação de recursos. Deve, ainda, permitir ao usuário da informação, a partir da adequada evidenciação, conhecer o passado, o presente e ao mesmo tempo propiciar a este inferir sobre as possibilidades futuras, deixando-o, assim, em condições de tomar a decisão de investir ou não neste empreendimento (GONÇALVES, 2002, p. 85-86).

A responsabilidade atribuída pelo autor à Contabilidade, considera que a tomada de decisão seja embasada em informações que permitam ao tomador de decisão uma visão global do empreendimento, de tal forma que os erros decorrentes de um mau prognóstico sejam minimizados, diminuindo os riscos do investimento.

b) Estudo realizado por Nossa (2002)

Nossa (2002) realizou um estudo enfocando o *disclosure* ambiental, através da aplicação da técnica análise de conteúdo dos relatórios de administração e relatórios ambientais específicos de empresas do setor de papel e celulose. A conclusão do autor é de que

o *disclosure* ambiental em nível mundial e principalmente no Brasil se apresenta ainda de maneira imatura, necessitando de maiores discussões e aprofundamentos e, em muitos casos, de conscientização, para que se gerem informações mais confiáveis e consistentes para os seus diversos *stakeholders* (NOSSA, 2002, p. 223-224).

Através da comparação entre o *disclosure* de informações ambientais das empresas brasileiras e das empresas localizadas em outros países, o autor conclui que o nível de *disclosure* ambiental no Brasil é menos detalhado.

c) Estudo realizado por Steinbrenner (2004)

A evidenciação de informações espontâneas nos relatórios de administração também foi objeto de estudo de Steinbrenner (2004), ao analisar os relatórios de 50 companhias abertas listadas pela CVM. Os resultados do estudo indicaram que 82% dos relatórios continham informações sobre os recursos humanos, ficando também evidenciado que entre as informações menos divulgadas se encontravam os ativos intangíveis, desenvolvimento de competências, segmento de clientes, entre outras.

A autora atenta para o fato de que muitas informações recomendadas pela CVM não foram divulgadas nos relatórios de administração das companhias em estudo e que algumas

informações apresentadas atendem a determinações de órgãos reguladores da atividade desenvolvida pelas companhias.

A conclusão do estudo comprova a suposição inicial da pesquisa de que

as evidenciações contábeis praticadas pelas companhias são influenciadas pelas exigências dos usuários e em função do novo ambiente econômico no qual se encontram atuando, ou seja, estão evoluindo junto com as mudanças de comportamento dos usuários e da sociedade (STEINBRENNER, 2004, p 89-90).

Esse resultado teve por base a análise evolutiva das evidenciações contábeis das seis companhias que mais divulgaram informações espontâneas.

d) Estudo realizado por Ponte e Oliveira (2003)

O estudo realizado por Ponte e Oliveira (2003, p. 07) objetivou identificar o grau de observância por sociedades anônimas das orientações da CVM e da Lei 6.404/76, da divulgação de informações não contempladas nas demonstrações contábeis tradicionais, limitando-se à análise de conteúdo dos relatórios de administração e das notas explicativas, divulgados pelas companhias referente ao exercício social encerrado em 31/12/2002.

Entre os resultados do estudo, destaca-se o percentual de empresas que divulgaram informações de caráter espontâneo no relatório de administração: 48% continham informações sobre recursos humanos, 21% evidenciaram informações sobre pesquisa e desenvolvimento e as informações sobre proteção ao meio-ambiente estiveram presentes em 29% dos relatórios. Os resultados da pesquisa indicam, ainda, que “muitas empresas têm preferido apresentar em notas explicativas informações que deveriam constar no relatório de administração” (PONTE; OLIVEIRA, 2003, p. 19).

e) Estudo realizado por Piacentini (2004)

Ainda, com relação a evidenciação de informações espontâneas, nas quais podem estar incluídas informações sobre capital intelectual, objeto deste estudo, destacam-se os resultados do estudo realizado por Piacentini (2004), que objetivou descrever como as companhias abertas listadas nos níveis 1 e 2 de governança corporativa da BOVESPA estão divulgando informações voluntárias.

Na pesquisa de campo realizada com os gestores das companhias a autora procurou identificar os principais motivos que os levam a divulgar informações voluntárias. As respostas indicaram que, através da divulgação de informações voluntárias, os gestores esperam obter repercussões positivas junto aos usuários das informações, ressaltando a importância da transparência e da evidenciação voluntária na geração de valor para a companhia e que a transparência de informações deixa o investidor mais tranquilo e aberto ao investimento nas suas ações.

Os estudos citados, mesmo não sendo específicos sobre a evidenciação de capital intelectual, denotam a ocorrência de informações referentes a alguns de seus componentes na evidenciação de informações espontâneas ou voluntárias em relatórios de administração.

Ao considerar a possibilidade de divulgação de informações espontâneas, espera-se a conscientização da importância da evidenciação dos recursos intangíveis que agregam valor à organização, uma vez que não são reconhecidos nas demonstrações contábeis, mas que necessitam ser evidenciados aos usuários para que esses possam perceber como são

fundamentais para a continuidade e para o crescimento da empresa e, conseqüentemente, atuarem como norteadores de suas decisões de negócios.

Por fim, entende-se que os gestores devem potencializar o uso do relatório de administração como veículo de comunicação com os usuários, valendo-se de criatividade e ousadia para adotar uma postura transparente e responsável ao divulgar, por exemplo, informações sobre o capital intelectual, pois dessa forma a companhia poderá proporcionar aos investidores, atuais e potenciais, base para julgamentos sobre a imagem da empresa e suas perspectivas futuras.

2.5 Capital Intelectual

2.5.1 Definição de capital intelectual

A definição de capital intelectual adotada por Edvinsson e Malone (1998, p. 40) expressa-se da seguinte forma: “o capital intelectual é a posse de conhecimento, experiência aplicada, tecnologia organizacional, relacionamentos com clientes e habilidades profissionais que proporcionam à empresa uma vantagem competitiva no mercado”. Os autores explicam o capital intelectual através de uma linguagem metafórica, comparando a empresa a uma árvore cuja parte visível constituída por tronco, galhos e folhas, representa o que é descrito em organogramas, relatórios anuais, demonstrações financeiras e outros documentos; as raízes, a parte invisível seria o capital intelectual, composto de fatores dinâmicos que embasam a empresa visível, formada por edifícios e produtos.

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

Na percepção de Brooking (1997, p. 25) “o capital intelectual não é nada novo, sendo que tem estado presente desde o momento em que o primeiro vendedor estabeleceu uma boa relação com o cliente”. Por consequência, define o capital intelectual como uma combinação de ativos imateriais que permitem à empresa funcionar.

A boa relação com o cliente é destacada pela autora como fonte de capital intelectual, pois à medida que o vendedor encanta o cliente, com um bom atendimento, está projetando ingressos futuros de fluxo de caixa através da lealdade deste à empresa, considerando, freqüentemente, a satisfação conjunta de outras necessidades relacionadas ao produto como, por exemplo, a qualidade e o preço.

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

Para a *Society of Management Accountants of Canada* (SMAC) *apud* IFAC (1998), ativos intelectuais são aqueles itens baseados em conhecimento, próprios da empresa e que produzirão fluxos de benefícios para a mesma. Estes, podem ser entendidos como futuras entradas de caixa que serão possibilitadas pela atuação dos recursos intelectuais sobre a atividade da empresa, concretizando-se através da qualidade dos produtos, do encantamento do cliente, da valorização da marca, de estratégias de inovação, enfim, estratégias ou atitudes que são mais eficazes em empresas detentoras de capital intelectual.

Salienta-se a existência de uma relação muito próxima entre os conceitos de capital intelectual, ativos intangíveis e *goodwill*, provocada pela natureza imaterial dos mesmos e pela superposição de alguns desses ativos nos conceitos adotados.

Pode-se dizer que o conceito de ativos intangíveis é mais amplo do que o de capital intelectual, pois abrange outros tipos de ativos que da mesma forma não possuem existência física, mas que por sua natureza encontram-se registrados no balanço patrimonial. Hendriksen e Van Breda (1999), referindo-se aos ativos intangíveis, consideram dois enfoques: os ativos intangíveis tradicionais e as despesas diferidas, dispostos no Quadro 2, a seguir:

INTANGÍVEIS TRADICIONAIS	DESPESAS DIFERIDAS
Nomes de produtos	Propaganda e promoção
Direitos de autoria	Adiantamentos a autores
Compromissos de não concorrer	Custos de desenvolvimento de software
Franquias	Custos de emissão de títulos de dívida
Interesses futuros	Custos judiciais
<i>Goodwill</i>	Pesquisa de marketing
Licenças	Custos de organização
Direitos de operação	Custos pré-operacionais
Patentes	Custos de mudança
Matrizes de gravação	Reparos
Processos secretos	Custos de pesquisa e desenvolvimento
Marcas de comércio	Custos de instalações
Marcas de produtos	Custos de treinamento

Quadro 2 – Intangíveis

Fonte: HENDRIKSEN, Elton S.; VAN BREDA, Michael F. Teoria da Contabilidade. São Paulo: Atlas 1999, p.389.

No que se refere às despesas diferidas houve utilização de caixa, mas a despesa correspondente ainda não foi lançada na demonstração de resultado, ou como define a Lei das S/A, no seu artigo 179, item V, “os ativos diferidos caracterizam-se por serem ativos intangíveis, que serão amortizados por apropriação às despesas operacionais, no período de tempo em que estarão contribuindo para a formação do resultado da empresa”. Já, os ativos intangíveis tradicionais somente poderão ser reconhecidos contabilmente caso preencham os critérios de reconhecimento de ativos, definidos pelo SFAC 5², a saber: a) corresponde à definição apropriada; b) é mensurável; c) é relevante; e d) é preciso (HENDRIKSEN; VAN BREDA, 1999, p. 388).

Nesse sentido, alguns intangíveis como as marcas, podem ser registrados contabilmente apenas quando adquiridos de terceiros (amortizados de acordo com a perda de valor do capital investido), embora Hendriksen e Van Breda (1999) contemplem a possibilidade de capitalização da marca gerada internamente, com o intuito de minimizar

² Pronunciamento do FASB - Normas Norte-Americanas.

contas elevadas de *goodwill*. Sob esse raciocínio as marcas seriam consideradas como ativos intangíveis identificáveis.

Assim, o conceito de capital intelectual alcança os ativos que decorrem da aplicação do conhecimento humano e, por sua natureza intangível e complexidade de mensuração, ainda não é reconhecido contabilmente, que pelo raciocínio de Edvinsson e Malone (1998, p.39) “constitui-se em informação complementar e não subordinada às informações financeiras”.

Os referidos autores relacionam ao capital intelectual a diferença entre o valor de mercado da empresa e o seu valor contábil, enquanto Schmidt e Santos (2002) assinalam que o *goodwill* adquirido representa a diferença entre o valor pago na aquisição de uma entidade e seu valor justo de mercado e o *goodwill* subjetivo a diferença entre o valor econômico da entidade e seu valor contábil, ou seja, os primeiros autores se referem ao capital intelectual e os segundos ao *goodwill*.

Como se observa, os valores do *goodwill* e do capital intelectual não são iguais, tendo em vista as diferentes formas de apuração. Apesar disso, grande parte do *goodwill* pago a uma empresa adquirida pode ser atribuído ao capital intelectual pela natureza intangível de seus componentes, ocasionando uma superposição de ativos intangíveis no conceito de ambos.

Salienta-se, ainda, que nas normas norte-americanas, através do FAS 141 (FASB, 2001-b), os ativos intangíveis podem ser registrados separadamente do *goodwill* nas combinações de negócios, desde que encontrem os critérios contratual ou legal ou da separabilidade como, por exemplo, as marcas, as licenças, os contratos de franquia, a base de dados e outros, regras não aplicáveis a esses ativos quando formados internamente pela empresa. Contudo, nas normas brasileiras, de acordo com Schmidt e Santos (2002), os ativos

intangíveis adquiridos em combinações de negócios não são registrados separadamente, mas irão compor o valor do ágio ou deságio na aquisição dos investimentos.

Chama-se atenção, também, que parte do valor atribuído ao *goodwill* decorre de ativos tangíveis subestimados, quando da observância do princípio fundamental de Contabilidade, registro pelo valor original.

Salienta-se que o *goodwill* possui tratamento diferenciado nos diversos países. De acordo com Schmidt e Santos (2002), nas normas brasileiras o *goodwill* adquirido é conhecido como ágio na aquisição de investimentos, obtido pela diferença entre o valor pago e o valor contábil, sendo registrado separadamente do valor da equivalência patrimonial nas demonstrações financeiras individuais da investidora.

Os autores mencionam que, de acordo com as normas brasileiras, a amortização do ágio, quando resultar da diferenças entre o valor de mercado dos ativos e o seu valor contábil, efetua-se à medida que esses bens forem sendo realizados, ou, se relativo à expectativa de resultado futuro, o prazo máximo de amortização não excederá a 10 anos³. O ágio, não justificado pelos fundamentos econômicos anteriores, deve ser reconhecido imediatamente como despesa.

No que se refere à forma de amortização do *goodwill* em outros países, destaca-se o procedimento das normas norte-americanas, em que o mesmo não é mais amortizado, mas testado anualmente a partir do teste de *impairment*⁴. Nesse sentido, pode-se considerar o

³ Lei 6404/76, Artigo 183, parágrafo 3.

⁴ De acordo com as normas norte-americanas (FASB, 2001-c), quando a vida útil do *goodwill* e outros ativos intangíveis exceder a 20 anos, deve-se realizar o teste de *impairment* anualmente para verificar se o valor ainda é recuperável.

posicionamento das normas norte-americanas como a conduta mais apropriada, na medida em que reconhece e mantém o *goodwill* como ativo enquanto seja capaz de gerar benefícios futuros para a empresa.

Exemplificando o procedimento de identificação de ativos em um processo de aquisição de empresa, através da Figura 1, pode-se compreender o exposto:

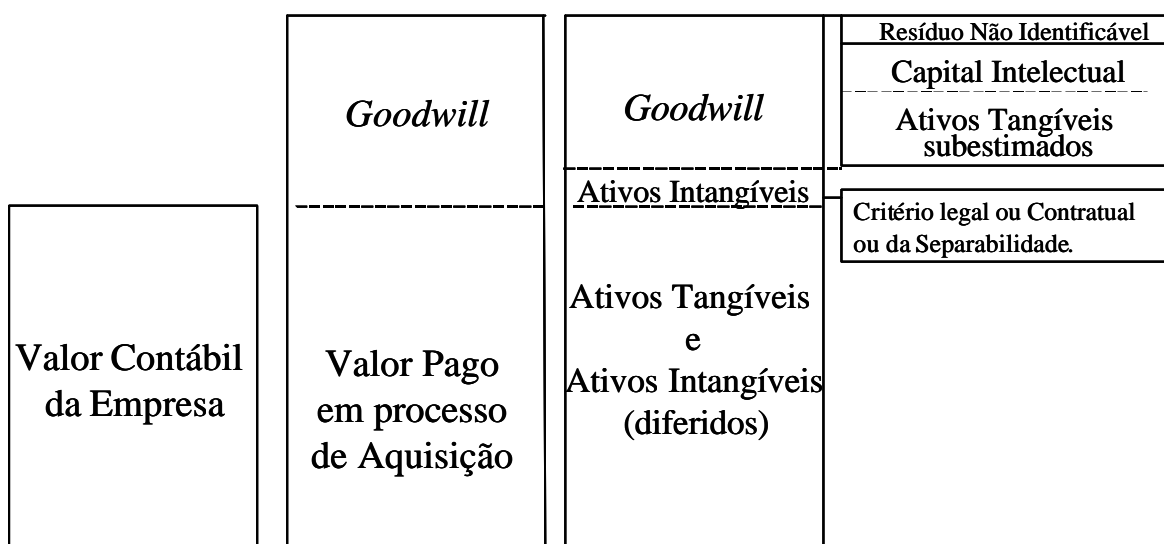


Figura 1 – Identificação dos Ativos em Processo de Aquisição de Empresas

A partir da visualização da figura pode-se compreender que o conceito de capital intelectual surge com o intuito de tornar explícitos, mesmo como informação complementar às demonstrações contábeis, ativos que estariam abrangidos na denominação *goodwill*, o qual tende a desaparecer à medida que os ativos que o compõem são identificados, sendo, inclusive, caracterizado por Canning *apud* Hendriksen e Van Breda (1999, p. 393), como uma ‘conta de fechamento’. Assim, a identificação de ativos como capital intelectual capacita a

empresa a gerenciar esses recursos de forma a conduzir as estratégias rumo ao seu desenvolvimento e crescimento dentro da organização, haja vista a contribuição deste ao resultado e ao valor da empresa.

Diante do exposto nesse tópico, depreende-se que a definição de capital intelectual compreende um entendimento sobre a própria natureza dos ativos intangíveis e de como eles criam valor para a organização. A Contabilidade admite a contribuição desses recursos para a formação do resultado. No entanto, o reconhecimento nas demonstrações contábeis exige uma mensuração confiável, tendo em vista a credibilidade desses demonstrativos aos usuários, justificando a prudência adotada por essa ciência devido à complexidade envolvida, resultante do caráter subjetivo desses recursos intangíveis.

2.5.2 Componentes do capital intelectual

O termo capital intelectual pode induzir a conclusões precipitadas sobre sua composição, uma vez que pode parecer que é composto unicamente de capital humano, por entender-se que o intelecto é peculiar ao mesmo. Entretanto, o raciocínio precisa ser estendido a outros ativos que resultam da aplicação do conhecimento.

Essa relação torna-se clara na perspectiva de Edvinsson e Malone (1998) que estruturam o capital intelectual em três componentes básicos:

- a) Capital humano - inclui toda a capacidade, conhecimento, habilidade e experiência individual dos empregados e gerentes, bem como a capacidade de captar a

dinâmica de uma organização inteligente em um ambiente competitivo em mudança, incluindo a criatividade e a inovação organizacional.

Os autores mencionados ressaltam o fato de que o capital humano não pode ser propriedade da empresa, ao contrário do capital estrutural, que pode ser possuído, e, por consequência, negociado. O capital humano não pode ser considerado propriedade da empresa, pois a qualquer momento, o executivo, por exemplo, pode desligar-se da mesma, seu legado, que é o conhecimento individual (conhecimento tácito) convertido em conhecimento organizacional (conhecimento explícito), mantém-se na empresa sob a forma de capital estrutural, permitindo perpetuar a contribuição do capital humano para a empresa na cultura organizacional, também reconhecida como um ativo estrutural.

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

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

Visando organizar o capital estrutural, Edvinsson e Malone (1998) subdividem-no em três tipos de capital:

- Capital organizacional - abrange os investimentos da empresa em sistemas, instrumentos e filosofia operacional, que agilizam o fluxo do conhecimento da organização. Trata-se da competência sistematizada, organizada e codificada e, também, dos sistemas que a alavancam.
 - Capital de inovação - refere-se à capacidade de renovação e aos resultados da inovação sob a forma de direitos comerciais amparados por lei, propriedade intelectual e outros ativos e talentos intangíveis utilizados para criar e colocar rapidamente no mercado novos produtos e serviços. Incluem-se os dois ativos tradicionais que não possuem natureza física: a propriedade intelectual (como, por exemplo, as marcas registradas) e o saldo remanescente dos ativos intangíveis, como a filosofia com a qual a empresa é administrada.
 - Capital de processos - é constituído por aqueles processos, técnicas e programas direcionados aos empregados, que aumentam e ampliam a eficiência da produção ou a prestação de serviços.
- c) Capital de clientes - refere-se às relações com o ambiente externo, especialmente clientes e fornecedores. Explicam que o capital de clientes sempre esteve oculto sob a denominação de *goodwill*, pois argumentam que quando uma empresa é vendida por um valor maior que o contábil, após subtrair-se o valor das patentes e dos direitos autorais, essa diferença é o reconhecimento de que a empresa possui

uma carteira de clientes sólidos e leais. Afirmam que é no relacionamento com os clientes que o fluxo de caixa se inicia, o que permite complementar que esse relacionamento é um fator determinante para a formação do resultado e para a continuidade do negócio.

Esse enfoque do capital intelectual, adotado pelos autores, teve o propósito de clarear e servir como norte para os trabalhos desenvolvidos no grupo *Skandia*, e que reflete perfeitamente a abrangência dos recursos intangíveis capazes de maximizar o valor de uma organização.

Na visão de Brooking (1997, p. 25), o capital intelectual de uma empresa pode ser dividido em quatro categorias:

- a. ativos de mercado – potencial derivado dos bens intangíveis que guardam relação com o mercado, incluindo-se as marcas, a lealdade dos clientes, os canais de distribuição, as licenças, as franquias , etc. Na opinião da autora, os ativos de mercado são importantes por proporcionarem à empresa vantagem competitiva;
- b. ativos de propriedade intelectual - incluem o *know-how*, segredos industriais, *copyright*, patentes, *design*, enfim são os ativos corporativos que necessitam de proteção legal;
- c. ativos centrados no indivíduo – compreendem as qualificações do indivíduo, a capacidade criativa, as habilidades, a liderança. O indivíduo é considerado como uma entidade dinâmica que pode adaptar-se a diversos trabalhos ao longo do tempo;

- d. ativos de infra-estrutura – abrangem tecnologias, metodologias e processos empregados na organização, cultura organizacional, base de dados sobre o mercado e clientes, sistemas de comunicação, etc., ou seja, os elementos que definem a forma de trabalho da organização. A autora adverte que muitas vezes os investimentos em infra-estrutura são considerados ‘um mal necessário’, quando deveriam ser vistos como a estrutura que fortalece e proporciona eficácia para a organização. Torna-se necessário deixar claro que os ativos que comportam essa categoria não são, nesse caso, considerados pelo valor contábil que possuem, mas o que os valoriza é o modo com o qual a organização os utiliza para gerar valor.

A concepção de Stewart (1998, p. 70) em relação aos componentes do capital intelectual diferencia-se dos autores citados anteriormente, pois este entende que “o capital intelectual não é criado a partir de partes distintas de capital humano, estrutural e do cliente, mas do intercâmbio entre eles”. O raciocínio do autor parte do questionamento referente ao capital intelectual: “onde procurá-lo?”. Em resposta, sugere que em um ou mais destes três lugares: nas pessoas, nas estruturas e nos clientes.

O capital humano possui importância como fonte de inovação e renovação. Porém, adverte o autor, indivíduos inteligentes não são sinônimos de entidades brilhantes. Os ativos estruturais, como laboratórios, sistemas de informação, conhecimento dos canais de mercado, foco gerencial, etc., são considerados como pré-requisitos para compartilhar e transmitir o conhecimento, transformando-o em propriedade de um grupo.

O capital de clientes é considerado pelo autor como o valor dos relacionamentos da empresa com as pessoas com as quais mantém relação de negócio, incluindo-se os fornecedores.

Sveiby (1998, p. 09) classifica os ativos intangíveis em três grupos principais, possuindo similaridade com o raciocínio atribuído aos componentes de capital intelectual pelos demais autores citados: estrutura interna, estrutura externa e competência dos funcionários. O autor reforça que “as pessoas são os únicos e verdadeiros agentes da empresa. Todos os ativos e estruturas – quer tangíveis ou intangíveis – são resultado das ações humanas. Todos dependem das pessoas em última instância para continuar a existir”. Sintetiza os grupos, constituindo uma figura representativa do patrimônio organizacional (Figura 2).

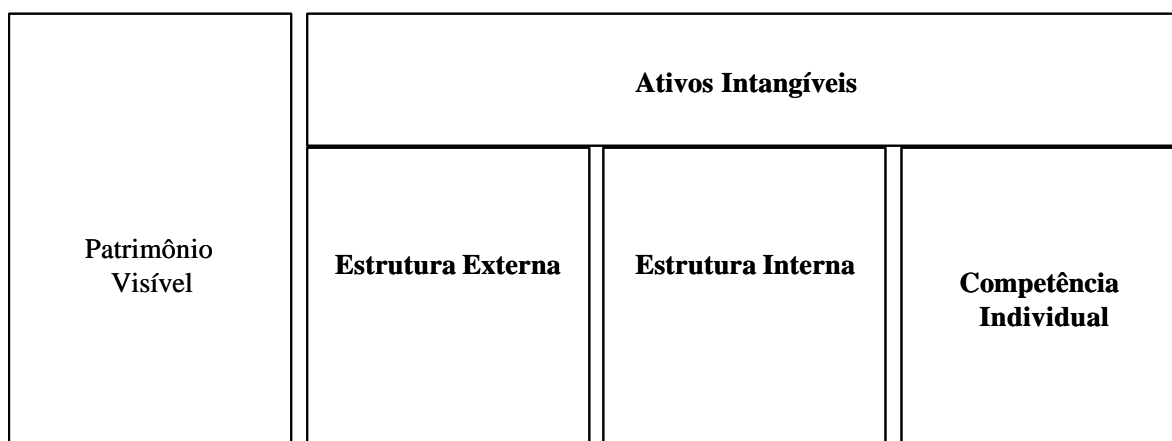


Figura 2 – Balanço Visível e Ativos Intangíveis

Fonte: SVEIBY, Karl Erik. A Nova Riqueza das Organizações. Rio de Janeiro: Campus, 1998, p.14.

O autor indica que o patrimônio visível refere-se ao valor contábil dos ativos tangíveis, subtraído das dívidas visíveis. O montante de ativos intangíveis considera o ágio

sobre o preço das ações, o valor percebido pelo mercado, acima do valor registrado contabilmente.

Ao considerar as dívidas visíveis, o autor se refere às dívidas registradas contabilmente. Entretanto, ao reconhecer os ativos intangíveis como parte do valor patrimonial, deve-se também levar em consideração a possibilidade da existência de dívidas invisíveis ou de passivo oculto, pois da mesma forma que uma empresa é beneficiada por um conjunto de ativos imateriais, que lhe proporcionam uma boa imagem, pode ocorrer o contrário, a partir de um comportamento ilícito ou negligente que venha a refletir negativamente na sua imagem e, conseqüentemente, no seu valor de mercado.

A estrutura externa inclui o conhecimento gerado pelas relações entre a empresa e os agentes externos. Ela constitui-se de itens difíceis de serem gerenciados e mensurados, tais como relações com os clientes, fornecedores, imagem e reputação da companhia.

A estrutura interna considera todo o conhecimento existente na organização. Compreende patentes, modelos, conceitos, cultura organizacional, sistemas de informações etc. Esses itens são geralmente criados pelos empregados e pertencem à empresa.

A competência das pessoas envolve a capacidade dos empregados agirem em situações diversas, criando ativos tangíveis e intangíveis, incluindo habilidades, educação, experiências e valores dos indivíduos.

O quadro a seguir sintetiza a visão dos autores citados em relação aos componentes do capital intelectual:

Autores	Componentes do Capital Intelectual
Edvinsson e Malone (1998)	Capital Humano, Capital Estrutural (Capital Organizacional, Capital de Inovação, Capital de Processos) e Capital de Clientes
Brooking (1997)	Ativos de Mercado, Ativos de Propriedade Intelectual, Ativos Centrados no Indivíduo e Ativos de Infra-Estrutura
Stewart (1998)	Pessoas, Estruturas e Clientes
Sveiby (1998)	Competência Individual, Estrutura Interna e Estrutura Externa

Quadro 3 – Componentes do Capital Intelectual

É possível perceber um certo consenso entre os autores citados no que se refere aos componentes do capital intelectual, com algumas diferenças na nomenclatura adotada. Em suma, pode-se entender que o capital intelectual é formado pela sinergia entre capital humano, capital estrutural e capital de clientes.

Brooking (1997) apresenta o grupo de ativos de propriedade intelectual, que na composição de Edvinsson e Malone (1998) está contido no subgrupo capital de inovação, pertencente ao capital estrutural, que contém, ainda, o capital organizacional e o capital de processos.

Os três grupos definidos por Sveiby (1998) possuem, da mesma forma, similaridade com o raciocínio de Edvinsson e Malone, sendo que a estrutura interna assemelha-se ao capital estrutural, a estrutura externa relaciona-se ao capital de clientes e a competência dos funcionários refere-se ao capital humano.

Portanto, é possível concluir que o capital intelectual compreende o capital humano e tudo o que deriva da aplicação de seu intelecto. Considera-se o capital de clientes como derivado das habilidades do ser humano em se relacionar, manter estratégias de inovação que permitam o encantamento do cliente e, conseqüentemente, a retenção e lealdade dos mesmos. No que se refere ao capital estrutural, resulta da aplicação do conhecimento humano na melhoria dos processos, modelos de gestão eficazes, proporcionando uma organização estruturada de forma a criar e alavancar o conhecimento em prol da organização.

2.5.3 O reconhecimento do capital intelectual no valor de mercado da empresa

A informação contábil, quando divulgada nas demonstrações contábeis possui, ou deveria possuir, os atributos de confiabilidade, tempestividade, compreensibilidade e comparabilidade, conforme analisado na seção 2.3. Se dotadas dessas características, as informações refletidas no balanço patrimonial, em especial, estarão muito próximas da posição financeira e patrimonial da entidade em determinada data. No entanto, dadas as dificuldades de identificação e mensuração dos ativos intangíveis que, sabidamente, agregam valor à organização, as informações contidas nessa demonstração não estão representando adequadamente a composição qualitativa e quantitativa do patrimônio da mesma.

Há de se considerar também, que o fato do valor contábil, na maioria das vezes, subestimar o valor da empresa, pode decorrer da obediência ao princípio contábil do registro pelo valor original que define que os componentes do patrimônio devem ser registrados pelos valores originais das transações com o mundo exterior, para os quais se considerado o custo

de reposição seus valores contábeis possuem valores inferiores ao valor desses ativos no mercado.

De acordo com Stewart (1998), quando uma empresa é comprada por um valor superior ao seu valor contábil, essa diferença normalmente compreende ativos intelectuais. O autor assinala que como as regras contábeis não permitem que se pague alguma coisa em troca de nada, os contadores simplesmente subtraem o valor contábil do preço de compra e chamam a diferença de ‘fundo de comércio’, levando-o a criticar o fato desse valor ser simplesmente registrado como uma conta de fechamento. No Brasil, essa expressão foi utilizada durante muito tempo como equivalente ao termo ‘*goodwill*’, apesar deste ter considerado por especialistas como um termo técnico que não possui tradução correspondente em português.

Schmidt e Santos (2002, p. 37) fundamentam que o uso indevido da expressão ‘fundo de comércio’ como sinônimo de *goodwill*, se deve ao fato de ter sido utilizada, ao longo do tempo, para expressar significados diversos, como:

- os meios necessários ao funcionamento da entidade, que é um conceito mais abrangente que o de *goodwill* pois inclui também alguns ativos tangíveis, como estoques, imóveis, etc.;
- os fatores intangíveis, que auxiliam na obtenção de lucros, tais como localização estratégica, condições monopolísticas, etc.

Sveiby (1998) faz indagações a respeito dos valores adicionais vistos pelo mercado em contraste com o valor registrado pela Contabilidade, utilizando como parâmetro a maior empresa de *software* do mundo, a Microsoft.

O que a Microsoft tem que a faz valer dez vezes mais do que o valor de seus ativos registrados? Qual a natureza desse valor adicional percebido pelo mercado, mas não

registrado pela empresa? Ou melhor, para generalizar a pergunta, por que algumas empresas possuem relações entre valor de mercado e valor contábil mais alto que outras? (SVEIBY, 1998, p. 4).

Menciona o fato de que os relatórios e demonstrativos financeiros da Microsoft não esclarecem os investidores acerca dessa discrepância de valor das ações em contraste com seu valor contábil. Como exemplo lembra a venda de ações dessa empresa por um preço médio de US\$ 70 no ano de 1995, quando seu valor contábil era de apenas US\$ 7. Em outras palavras, para cada US\$ 1 de valor contábil o mercado percebia US\$9 em valor adicional para o qual não havia nenhum registro correspondente no balanço patrimonial da empresa.

Para o autor, essas empresas são possuidoras de ativos misteriosos e altamente produtivos e, no entanto, ficam a mercê das informações do mercado: opiniões, clima entre os investidores e dos ciclos econômicos do momento. Em conseqüência, ter-se-á investidores sem orientação adequada e precisa sobre as tendências e possíveis rumos de seus investimentos, causando incerteza tanto para os investidores quanto para as empresas.

É necessário considerar que não seria confiável tomar o valor de mercado como fator determinante para explicar a existência de capital intelectual nas empresas. Uma coisa é acreditar que esses recursos criam valor para a organização e possuem valor, outra é atribuir a diferença entre a percepção do mercado acima dos valores contábeis estritamente a esses ativos intangíveis, pois precisam ser considerados inúmeros fatores que podem influenciar no mercado de ações. Nesse sentido, é pertinente o seguinte questionamento: – O fato do valor de mercado de algumas empresas apresentar uma queda brusca representa que houve uma perda súbita do capital intelectual das mesmas?

O capital intelectual, representado pela competência dos funcionários, estrutura adequada para criação e disseminação do conhecimento e os relacionamentos com os clientes, permanece como um ativo importante para a empresa. Ocorre que a boa imagem da empresa é um ativo construído ao longo do tempo e reflete a sua cultura e os seus valores para o mercado, mas a posição contrária, uma imagem negativa, é uma situação que pode ser provocada com apenas uma informação negativa sobre a gestão da empresa, e pode ser suficiente para provocar uma queda brusca e definitiva no seu valor de mercado. Os casos da Enron e Arthur Andersen, de grande repercussão, ilustram tal situação.

A Enron era uma das maiores empresas de energia do mundo, mas apesar disso escondeu por anos uma grave crise financeira em seus demonstrativos contábeis, atenuada por resultados inflados a partir da utilização de registros de transações entre empresas coligadas e controladas. A companhia mantinha a Arthur Andersen como responsável pela consultoria e auditoria do grupo, atividades incompatíveis a uma mesma empresa tendo em vista o caráter conflitante das funções, fator que culminaria com a cumplicidade da Arthur Andersen com as manipulações da Enron.

Nesse caso, a questão é ética, a redução do valor de mercado é devido à percepção negativa do investidor sobre a gestão organizacional, com impactos negativos nos resultados, na própria continuidade da empresa e, conseqüentemente, nos rendimentos do investidor, em consequência disso, certamente haveria uma redução do capital intelectual, contudo a variação no valor da empresa com base no valor de mercado não reflete especificamente o montante da perda de capital intelectual.

Os efeitos de uma gestão ineficiente poderiam ser, por exemplo, reduções na taxa de retenção e de captação de clientes, dificuldades de atração e retenção de talentos, forte tendência a baixar a qualidade da infra-estrutura devido à falta de recursos financeiros e, o mais evidente, a própria gestão da empresa, também considerada como componente de capital intelectual, representada pela maneira de administrar, a filosofia e a cultura organizacional, estaria fortemente comprometida.

De outra forma, Carvalho (2004) considera que muitas vezes os investidores podem ser influenciados por um certo modismo, como ocorreu com as empresas ‘ponto com’, causando otimismo exagerado que leva a uma procura desenfreada por ações, originando uma elevação exagerada no valor de mercado das empresas. Em consequência, forma-se uma espécie de ‘bolha’ que pode explodir a qualquer momento e causar prejuízos elevados aos investidores, reduzindo repentinamente a cotação das empresas no mercado de ações.

É possível perceber, a fragilidade que pode envolver o valor atribuído pelo mercado a determinada empresa. Os investidores empolgados por resultados positivos podem apresentar um otimismo elevado que desconsidere os riscos inerentes do negócio e com isso alavancar um valor de mercado para determinada empresa acima do esperado e, portanto, nestes casos, não seria correto afirmar que a percepção do mercado estaria indicando especificamente o valor do capital intelectual dessa empresa.

Ainda, referindo-se à diferença entre o valor de mercado e valor contábil, Lopes (2002, p. 11) disserta:

se os livros contábeis contassem uma história útil, o valor atribuído pelo mercado às empresas coincidiria mais ou menos com o valor expresso nos livros de contabilidade. Mas não é bem assim: Richard Boulton, Barry Libert e Steve Sameck, consultores da Arthur Andersen, compararam o valor de mercado com o valor contábil de 3500 empresas americanas durante o período de duas décadas. No início, em 1978 os dois eram muito parecidos: o valor contábil correspondia, em média, a 95% do valor de mercado. Hoje, a diferença entre o valor de mercado e o contábil das empresas é bem maior. Considere o caso da fabricante americana de equipamentos de telecomunicação Cisco. A empresa tem registrados em seu balanço ativos que somam 36,7 bilhões de dólares, mas é avaliada pelo mercado acionário em 100 bilhões. A diferença chegou a ser bem maior em 1999, quando a Cisco contabilizava ativos de 14,7 bilhões de dólares, mas tinha um valor de mercado de quase 500 bilhões.

De acordo com o autor, essa discrepância é maior em relação às empresas iniciantes nas áreas de negócios que ainda não amadureceram, como internet e biotecnologia. Ressalta que a empresa baseada em capital intelectual não é sinônimo de empresa de tecnologia. Por exemplo:

em 1998, o investidor Warren Buffett disse que ele e o pessoal de sua empresa, a *Berkshire Hathaway*, não entendiam de tecnologia e portanto não investiriam nessa área. Buffett deixou os negócios digitais de lado, mas não os negócios do conhecimento. Ele se interessou pela Coca-Cola, uma das principais participações acionárias da *Berkshire Hathaway*, mais ou menos na época em que o lendário executivo-chefe Roberto Goyzueta decidiu descartar boa parte de seus ativos tangíveis, transferindo-os para as engarrafadoras. Conforme a empresa declarou na época, o objetivo era transformar a empresa em um negócio cujo valor de mercado fosse a soma do valor de sua marca e de seus sistemas gerenciais - ou seja, um tonel de capital intelectual (LOPES, 2002, p. 11).

Complementando a afirmação de que empresa baseada em capital intelectual não é sinônimo de empresa de tecnologia, destaca-se que a evolução tecnológica teve contribuição decisiva para a mudança no grau de importância desses recursos e que empresas de tecnologia supostamente possuem maior participação de ativos intelectuais no seu valor global, devido a peculiaridade de sua atividade principal, comparadas a empresas industriais, por exemplo. O direcionamento desses recursos para a criação de valor organizacional depende do gerenciamento eficaz em qualquer ramo de atividade.

O autor conclui que a discrepância maior das empresas da nova economia é consequência dos ativos que desenvolvem como marcas, clientes e tecnologias, definidos

como intangíveis, os quais de acordo com os critérios tradicionais não podem ser contabilizados como ativos. Dessa forma, Lopes (2000, p. 143) constata: “eis o grande problema da Contabilidade convencional aplicada a empresas baseadas no intangível: como registrar em um balanço aquilo que o mercado mais valoriza?”

Como visto anteriormente, a crítica atribuída pelo autor à Contabilidade chega quase a desconsiderar a utilidade do valor contábil, entretanto a complexidade resultante da natureza desses recursos e o esmero pela credibilidade dessa ciência são fatores que se contrapõem às referidas críticas, e, ainda, deve-se reconhecer os esforços dos estudiosos da Contabilidade na busca de incorporar os reflexos das transformações da sociedade no patrimônio das empresas.

Lopes (2002), visando resolver o impasse contábil, sugere uma revisão das regras, possibilitando revelar o valor dos ativos intelectuais através de ações centradas em duas instâncias da Contabilidade. A primeira é a financeira, expressa nos balanços das companhias com ações cotadas em bolsa e publicados anualmente no jornal. Seu objetivo é passar um ‘boletim médico’ da empresa para acionistas e investidores. A segunda instância, sugerida pelo autor, é a da Contabilidade gerencial, na forma de relatórios de resultados que circulariam apenas dentro da empresa e que os executivos usariam para tomar decisões.

As demonstrações contábeis não refletem o montante equivalente ao valor da empresa e o mercado atribui valor às empresas baseando-se em informações sobre estratégias que se traduzirão em benefícios futuros. Essas estratégias podem envolver investimentos em pesquisa e desenvolvimento de novos produtos, educação e desenvolvimento profissional de seus colaboradores, imagem da empresa, parceria e bom relacionamento com os clientes e fornecedores enfim, alocação de recursos financeiros para agregar recursos do conhecimento.

Sob o enfoque empírico, destaca-se o estudo de Ferreira (2004) que buscou identificar a influência do capital intelectual no valor das ações das companhias, desenvolvendo um modelo econométrico para verificar o nível de influência desse ativo no valor das ações dos bancos Bradesco, Itaú e Unibanco.

Como variáveis dependentes utilizadas no modelo econométrico, o autor considerou a ação preferencial e a ação ordinária. Como variáveis independentes utilizou o índice Ibovespa e os métodos financeiros de avaliação de ativos intangíveis, *Value Added Intellectual Coefficient* (VAIC), *Economic Value Added* (EVA) e Q de Tobin.

De acordo com Ferreira (2004), o VAIC, método desenvolvido por Ante Pulic para verificar a eficiência do capital do conhecimento, expressa em um único índice a eficiência das três formas de capital: humano, estrutural e financeiro, informando às organizações até que ponto a combinação dessas três formas está produzindo o efeito desejado. Para tanto, utiliza a seguinte fórmula:

$$\text{VAIC} = \frac{\text{Valor Agregado}}{\text{Capital Humano}}$$

VAIC: *Value Added Intellectual Coefficient*

Valor Agregado: Receita total de bens e serviços vendidos

(-) Total dos *inputs* não referentes à mão-de-obra (totalidade das despesas, excluindo salários e benefícios)

Capital Humano: Custo da folha de pagamento dos benefícios (estimativa do capital humano)

Referindo-se ao EVA, o autor o destaca como uma medida de desempenho ligada à criação de riqueza ao acionista e relaciona o capital intelectual como um dos elementos

fundamentais para o desenvolvimento dessa metodologia, pois “o capital intelectual disponível nas organizações deverá estar voltado para a criação e manutenção de valor, por meio da eficiência dos quatro pilares do EVA” (FERREIRA, 2004, p. 158). Os quatro pilares são: medida, sistema de gestão, motivação e mentalidade.

Como resultado do estudo, Ferreira (2004, p. 186) constata que há influência do capital intelectual no valor das ações preferenciais das companhias estudadas, e assinala que

67,84% do comportamento das ações preferenciais das organizações analisadas pode ser explicado pela atuação do modelo proposto, o qual inclui variáveis relacionadas ao capital intelectual. Por outro, verificou-se que 32,16% da variabilidade da amostra no comportamento das ações preferenciais pode ser atribuído ao erro aleatório ou a outros fatores que não aqueles levados em consideração no modelo.

O estudo identificou o ‘Q de Tobin’ como metodologia mais apropriada para a verificação do nível de influência do capital intelectual nas variações das ações preferenciais. Esse método de mensuração é apresentado no item 2.5.4.1 deste estudo.

Como pode se notar, esse estudo é um exemplo que o valor das ações das companhias pode responder às variáveis de capital intelectual, inferindo-se que o mercado atribui valor a esses ativos, contudo, a percepção dos investidores pode ser formada por inúmeras variáveis como, por exemplo, as variáveis econômicas e políticas, provocando enorme volatilidade no valor das empresas.

O fato é que a Contabilidade está buscando adequar-se às exigências desse novo momento da economia mundial, em que os ativos físicos já não são o principal capital das empresas, mas a riqueza maior é formada por estratégias baseadas em conhecimento. Estudos, como o de Ferreira (2004), buscam sair do campo teórico e adentrar nas pesquisas empíricas,

utilizando conhecimentos de outras áreas como econometria e finanças, no sentido de buscar explicações à realidade e agregar valor e cientificidade aos resultados.

2.5.4 Mensuração do capital intelectual

De acordo com Hendriksen e Van Breda (1999), pode ser extremamente difícil medir um ativo intangível, especialmente quando não são identificáveis ou separáveis, e nesses casos a solução habitual é tratar o intangível como resíduo, calculando algum valor para os ativos tangíveis e atribuindo a diferença entre esse valor e o valor total, como um todo, ao intangível (*goodwill*). Entretanto, quando o ativo intangível é identificável, como o caso das patentes e direitos autorais, a medida é o valor presente de seus benefícios projetados.

Os autores se referem à declaração do *American Institute of Certified Public Accountants* (AICPA), no Boletim de Pesquisa em Contabilidade nº 43, de que o montante inicial atribuído a todos os tipos de ativos intangíveis deve ser o custo. Nas aquisições cujo pagamento de intangíveis não se faz em troca de dinheiro, mas ocorre sob a forma de troca de títulos, por exemplo, o custo pode ser apresentado pelo valor justo dos títulos trocados ou pelo valor justo dos bens ou direitos adquiridos, qualquer que seja o mais evidente.

Hendriksen e Van Breda (1999) seguem citando a recomendação dos autores do *Accounting Research Study 3* (ARS 3), admitindo que esses itens são de avaliação notoriamente difícil, e por isso talvez devam ser registrados pelo custo de aquisição na ausência de evidências convincentes de que seu valor é significativamente diferente.

Complementam, mencionando que apesar dessas recomendações, sempre que houver evidência convincente de alguma outra avaliação mais apropriada, ela deverá ser utilizada.

O capital intelectual, seguramente, é o ativo intangível, ao qual os estudiosos têm dedicado maior atenção, certamente como consequência da significação e abrangência adotadas pelos autores para o termo, buscando, assim, formas de quantificar esse universo de recursos imateriais. Retrato disso são os diversos modelos apresentados, atualmente, na tentativa de mensurar esse intangível, que decorre das habilidades, relacionamentos e conhecimento humano, considerado atualmente o mais valioso recurso das organizações.

Ainda não existe formalmente uma medida oficial para o capital intelectual. As medidas sugeridas pelos estudiosos até o momento são medidas semelhantes às utilizadas para o *goodwill*, ou seja, o valor dos fluxos futuros de benefícios (lucros ou fluxos de caixa descontados a determinada taxa de custo de capital, que excede a avaliação dos ativos feita de forma individual).

Na explicação de Wernke (2001), a concepção mais aceita tem sido entender que o valor do capital intelectual reside no valor da empresa que excede os ativos tangíveis. Entretanto, em complemento ao seu raciocínio, há de se considerar que os ativos tangíveis também possuem capacidade de geração de benefícios futuros, ou seja, uma máquina, por exemplo, irá contribuir para o processo produtivo por diversos anos.

O autor cita como primeira mensuração do capital intelectual, sugerida pelo IFAC, a rentabilidade média percentual do ativo da empresa que excede a rentabilidade média

percentual dos ativos das empresas do mesmo ramo, menos os impostos sobre o lucro, trazidos a valor presente pelo critério da perpetuidade, a um custo médio de capital adotado.

No raciocínio de Brooking (1997, p. 216), a valoração do capital intelectual se justifica, entre outras, pelas seguintes razões:

- a) que os gestores saibam onde reside o valor da empresa;
- b) dispor de uma unidade de medida para calcular o êxito e o crescimento da empresa;
- c) como fundamento para obter financiamentos ou empréstimos.

A própria relevância desses recursos justifica a valoração, pois se de fato possuem algum valor devem ser empenhados esforços na tentativa de mensurá-los. Apesar de não existir uma metodologia consolidada, descreve-se, a seguir, alguns métodos de mensuração de capital intelectual e de ativos intangíveis que comprovam a tentativa de valorar esses recursos que produzem um diferencial competitivo para as empresas.

2.5.4.1 Navegador de capital intelectual

Stewart (1998) propõe um conjunto de abordagens para avaliação dos ativos intelectuais agrupados em quatro áreas: formas de medir o valor geral de ativos intangíveis, medições do capital intelectual, do capital estrutural e do capital do cliente. Finalmente, conclui com uma abordagem inédita, possibilitando a visualização simultânea das diversas dimensões do capital intelectual, atuando como uma espécie de navegador de capital intelectual.

Na abordagem medidas do todo, o autor utiliza o conceito de razão ‘valor de mercado/valor contábil’, também conhecida como *Market-to-Book*, como uma forma de aumentar a utilidade entre a medida do capital intelectual decorrente da diferença entre valor de mercado e valor contábil, pois se estará analisando a razão entre os dois valores e não os números absolutos.

A razão M / B é o resultado da divisão de valor de mercado das empresas pelo valor de seus ativos líquidos.

A fórmula de cálculo é a seguinte:

$$\text{Capital Intelectual} = \frac{\text{Valor de Mercado}}{\text{Valor Contábil (book)}}$$

Lev *apud* Wernke (2001) comenta que esse indicador é freqüentemente mencionado como motivo principal para a atenção que tem sido dada aos intangíveis. O autor justifica essa afirmativa apresentando os dados reproduzidos no gráfico que segue, no qual se evidencia o crescimento da razão M/B das 500 maiores empresas americanas desde o final dos anos setenta.

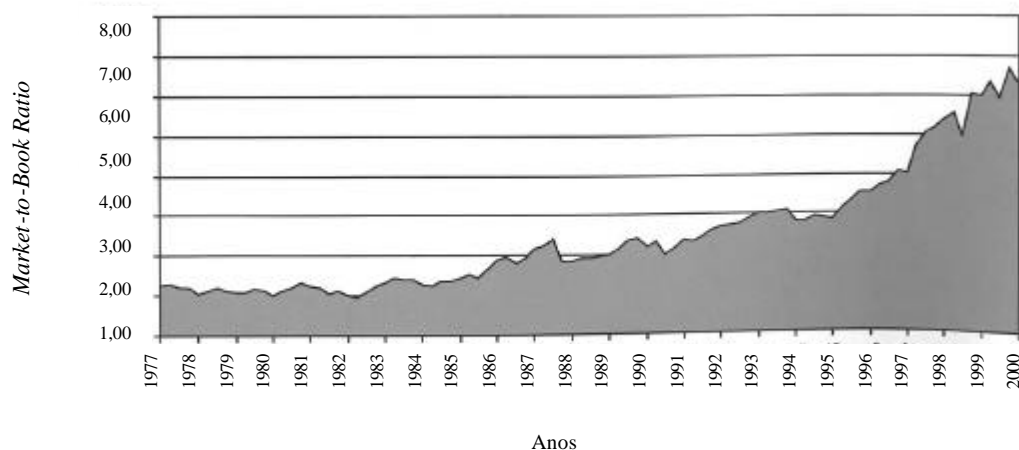


Gráfico 1 – Média do *Market-to-Book Ratio* das 500 Maiores Empresas Americanas

Fonte: Lev *apud* WERNKE, Rodney. Considerações acerca dos Métodos de Avaliação do Capital Intelectual. Revista do Conselho Regional de Contabilidade do Rio Grande do Sul. n. 106, p. 06- 22, out. 2001, p. 14.

O gráfico reflete o crescimento acentuado da participação dos ativos intangíveis na valoração das empresas, saindo de um índice de *market-to-book* de pouco mais de um em 1977, para mais de seis em 2000, evidenciando que neste ano o valor das empresas divulgado no balanço patrimonial se referia a 1/6 do valor reconhecido pelo mercado, ou seja, as cinco partes restantes estariam refletindo a existência de ativos intangíveis.

Na interpretação de Stewart (1998), a razão valor de mercado/valor contábil apresenta três problemas. Primeiro, o mercado de ações é volátil e responde, muitas vezes, de forma bastante enfática a fatores inteiramente fora do controle da gerência. Segundo, há indícios que tanto o valor contábil quanto o valor de mercado, em geral, são subestimados. Como o lado direito do balanço (passivo mais patrimônio dos acionistas) deve ser igual aos ativos do lado esquerdo, subestimar os ativos resulta em desvalorização correspondente do valor contábil. Os valores de mercado são subestimados quando as empresas são compradas. Terceiro, embora seja interessante afirmar que a Microsoft possui US\$ 78,6 bilhões em ativos intangíveis, o

autor indaga: “o que isto quer dizer? O que eu, um gerente ou investidor, tenho a ver com essa informação?”.

Com relação à afirmação do autor de que valores de mercado subestimados aparecem quando as empresas são compradas, cabe lembrar que esse processo envolve não somente os elementos intangíveis, mas também a estratégia do comprador em barganhar o valor da aquisição ou, ainda, valorar a empresa acima do esperado pelo vendedor, tendo em vista estratégias de negócio próprias. Nesse caso, as expectativas com benefícios futuros não derivam da empresa adquirida, mas da percepção do comprador com o novo rumo que lhe será dado.

Para Stewart (1998, p. 201-201),

uma forma de aumentar a confiabilidade e a utilidade da diferença entre o valor de mercado e o valor contábil é analisar a razão entre os dois valores, e não os números absolutos. É possível então comparar uma empresa com concorrentes semelhantes e com a média do setor, além de fazer comparações anuais entre as razões. Já que fatores exógenos como taxas de juros ou provisões de alta ou queda do mercado de ações provavelmente afetam todas as empresas de um setor de forma mais ou menos semelhante, esses boatos são filtrados, e os gerentes e investidores podem aferir, embora de forma aproximada, o desempenho de uma empresa vis-à-vis suas rivais. Uma razão de valor de mercado/valor contábil decrescente (ao longo do período ou comparada aos concorrentes) atuaria como um alerta.

Percebe-se a contribuição desse indicador em análises comparativas entre empresas ou setores, permitindo acompanhar a evolução do índice ao longo dos períodos. Funciona como um termômetro das percepções do mercado sobre os recursos intangíveis das empresas.

Ainda, nessa primeira abordagem, Stewart (1998) sugere o ‘q de Tobin’ como uma medida mais eficaz do que a anterior, comparando o valor de mercado de um ativo ao seu custo de reposição. O ‘q de Tobin’ é uma razão desenvolvida pelo ganhador do prêmio Nobel,

James Tobin, que a desenvolveu como uma alternativa para prever decisões de investimento independente de fatores macroeconômicos como taxa de juros.

É expresso pela seguinte fórmula:

$$“Q” = \frac{VMA + VMD}{VRA}$$

VMA = valor de mercado das ações ou capital próprio; VMD = valor de mercado das dívidas, ou capital de terceiros empregados; VRA = valor de reposição dos ativos.

De acordo com o autor, o resultado da aplicação da fórmula é interpretado da seguinte forma:

- se ‘q’ < 1 - significa que a empresa possui ativos que valem menos do que seu custo de reposição, sendo improvável que a mesma compre novos ativos desse tipo;
- se ‘q’ > 1 - indica que a empresa possui ativos que valem mais do que seu custo de reposição e a tendência é de que ela irá investir mais nesse tipo de ativo.

Essa medida não foi desenvolvida para medir o capital intelectual das empresas, mas possui aplicação para tal, por compreender-se que um ‘q’ maior que 1 (um) informa que a empresa possui, além do valor de reposição de seus ativos, uma força que lhe permite ganhos excedentes.

Outra forma indicada pelo autor para medir o valor do todo é o cálculo do valor intangível, método desenvolvido pela *NCI Research de Evanston, Illinois*, afiliada à *Kellogg School of Business* na *Northwestern University*, fundamentando que o valor de ativos

intangíveis é igual a capacidade de uma empresa superar o desempenho de um concorrente médio que possui ativos tangíveis semelhantes. Stewart (1998) explica como o método funciona:

1. Calcule as receitas antes da tributação referentes a três anos.
2. Consulte o balanço patrimonial e obtenha a média de ativos tangíveis nos últimos três anos.
3. Divida as receitas pelos ativos para obter o retorno médio sobre os ativos.
4. Para o mesmo período de três anos, obtenha o retorno médio sobre os ativos do setor.
5. Calcule o retorno em excesso - Multiplique o retorno sobre o ativo pela média de ativos tangíveis da empresa. O resultado mostra o ganho médio que uma empresa do ramo deveria ter com esse valor de ativos tangíveis. Agora subtraia esse valor das receitas antes da tributação. Esse é o valor adicional das receitas da empresa, provenientes de seus ativos em relação à média do setor.
6. Pague o imposto - Calcule o percentual médio de imposto de renda no período de três anos e multiplique esse valor pelo retorno em excesso. Subtraia o resultado do retorno em excesso para obter o valor após a tributação. Esse é o prêmio a ser atribuído aos ativos intangíveis.
7. Calcule o valor presente líquido do prêmio - Para isso, divida o prêmio por um percentual apropriado, por exemplo, o custo de capital da empresa.

Stewart (1998) reforça que a partir das ações acima enumeradas, ficará evidenciado o ‘valor intangível calculado’ (VIC) dos ativos intangíveis da empresa, que não aparecem no balanço.

A segunda abordagem implica em medidas do capital humano, para o qual são analisados os seus resultados. Essas medidas incluem: inovação, atitude dos funcionários, posição, rotatividade, experiência, aprendizado, banco de conhecimentos.

O autor indica, para o cálculo da inovação, o registro do percentual de vendas a ser atribuído a novos produtos ou serviços, ou o registro dos números de novos produtos e de patentes. Caracterizando como uma variação sofisticada, o mesmo recomenda a medida de margem bruta de novos produtos, efetuando uma comparação entre as margens brutas dos novos produtos e as dos produtos antigos. Se a margem bruta dos novos produtos for superior, significa que a inovação proporcionou à empresa posicionar-se adiante da curva de preços do setor.

No tocante à atitude dos funcionários, o autor chama a atenção para a possibilidade de certos tipos de levantamentos provocarem algum viés na informação, não retratando fielmente a percepção dos mesmos. Por isso, salienta que para as informações sobre as atitudes dos funcionários possuírem utilidade como indicadores de capital humano, precisam reunir dados bem estruturados como, por exemplo, a utilização de escalas que podem variar de 1 a 10, indicando alternativas de respostas para medir o grau de satisfação no trabalho.

A posição, a rotatividade, a experiência e o aprendizado referem-se a indicadores que irão contribuir para avaliar e manter os índices de funcionários qualificados da empresa. Já, o banco de conhecimentos, refere-se às pesquisas, habilidades, lista de clientes, etc.

Como terceira abordagem, Stewart (1998) aconselha as medidas de capital estrutural através de: avaliação de estoques de conhecimento, rotatividade do capital de giro, avaliação

da lentidão burocrática, avaliação da administração. Os resultados irão indicar até que ponto os sistemas da empresa ampliam e aprimoram o trabalho dos funcionários.

Por fim, a abordagem de medidas do cliente enfoca a satisfação, a avaliação de alianças e o valor de um cliente leal. Para Stewart (1998), a avaliação de satisfação do cliente será correta se for possível demonstrar a sua ligação com melhores resultados financeiros. O autor afirma que clientes satisfeitos devem evidenciar pelo menos três características mensuráveis: lealdade, maior volume de negócios e insuscetibilidade ao poder de persuasão de seus rivais (tolerância de preço).

Assim, sugere o cálculo do valor de um cliente, a partir do trabalho de Reichheld e o de Claes Fornell, da seguinte forma:

- I. Determine um período de tempo significativo como base dos cálculos.
- II. Calcule o lucro que seus clientes geram normalmente a cada ano que sua empresa consegue mantê-los, lembre-se de subtrair o custo de aquisição para novos clientes e o custo de manutenção.
- III. Trace um gráfico da expectativa de vida a partir de amostras de sua base de clientes.
- IV. Calcule o lucro por cliente por ano e os valores de retenção de clientes, calcule o valor presente líquido de um cliente. Ex: (retorno anual s/ativo = 15%)

$$1^{\circ} \text{ ano VPL} = \text{Lucro} / 1,15$$

$$2^{\circ} \text{ ano VPL} = (\text{Lucro } 2^{\circ} \text{ ano} \times \text{índice de retenção}) / 1,15^2$$

$$\text{Último ano (n) VPL} = \text{Lucro do n} / 1,15^n$$

A soma dos anos 1 a n equivale ao valor de seu cliente.

Stewart (1998) justifica que para retratar o desempenho financeiro, a Contabilidade do capital intelectual deve analisar o desempenho da empresa sob vários pontos de vista. Para tal, sugere, o navegador de Capital Intelectual, apresentado a seguir.

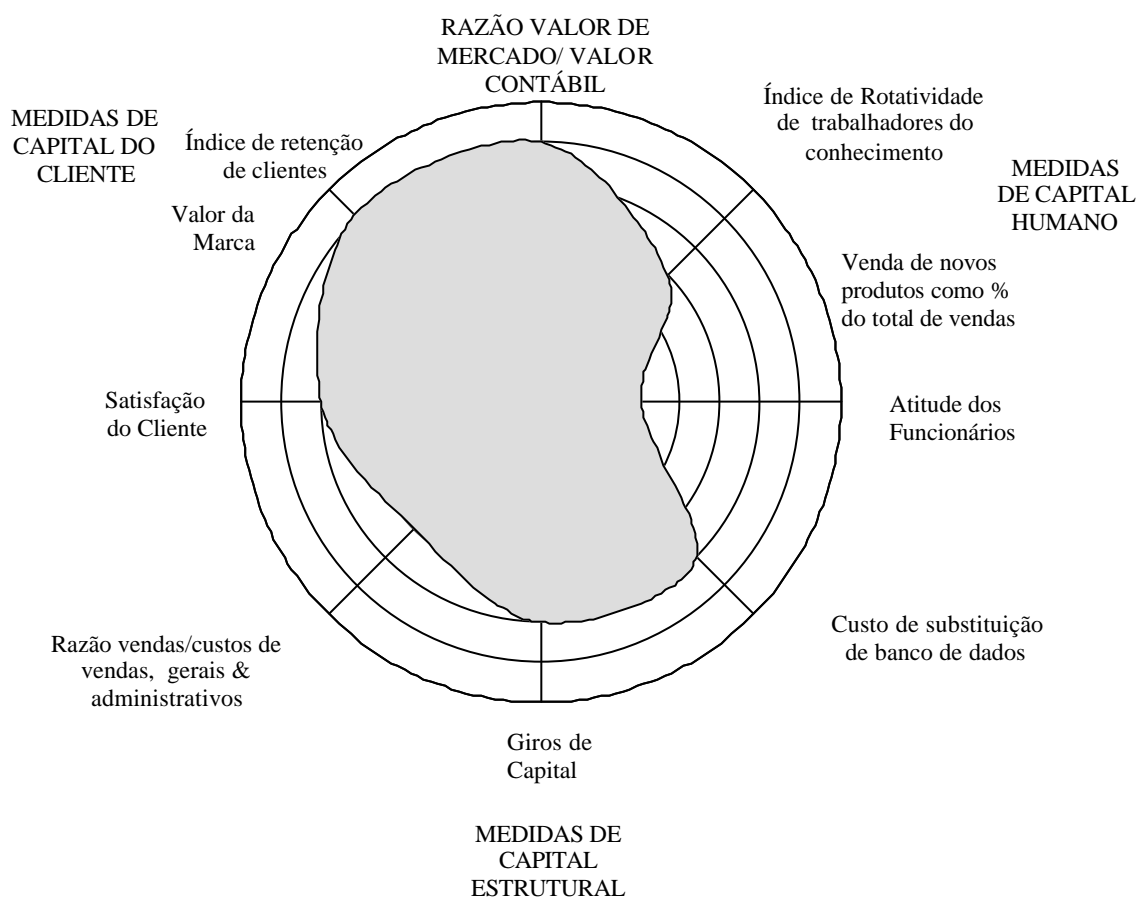


Gráfico 2 – Navegador de Capital intelectual

Fonte: STEWART, Thomas A. Capital Intelectual – a nova vantagem competitiva das empresas. 9 ed. Rio de Janeiro: Campus, 1998, p. 219.

De acordo com o autor, os gráficos em forma de radar admitem a criação de um quadro coerente de vários tipos heterogêneos de dados. “Há muitas informações nesse tipo de gráfico, mas seu maior valor está no quadro geral que ele cria. Uma ferramenta de investigação não deve lhe dizer apenas onde você está, mas deve mostrar para onde se dirigir; assim como também indicar as anomalias” (STEWART, 1998, p. 219).

As anomalias referidas pelo autor indicam situações contrárias como, por exemplo, se o índice de satisfação do cliente é alto, mas o indicador retenção de clientes apresentar um número baixo, tal situação merece investigação.

O navegador de capital intelectual é de fácil visualização, sendo que a área interna do polígono indica a situação atual e a área externa representa a situação desejada. Portanto, alcançar a extremidade do círculo é considerado o ideal.

Como se observa, o navegador de capital intelectual mistura vários indicadores de mensuração com medidas distintas, permitindo acompanhar a performance da empresa com relação aos diversos enfoques de seus recursos do conhecimento.

2.5.4.2 Navegador *Skandia*

Leif Edvinsson, no cargo de diretor corporativo de capital intelectual do grupo sueco Skandia, desenvolveu, em conjunto com uma equipe de especialistas contábeis e financeiros, um documento intitulado *Visualizing Intellectual Capital*, com o intuito de avaliar e revelar para o mercado o valor dos ativos invisíveis da companhia (EDVINSSON; MALONE, 1998).

A esse respeito, Leif Edvinsson menciona:

havia muito tempo em que eu me sentia incomodado com o paradoxo essencial do investimento empresarial moderno: o fato de uma empresa investir naquilo que a tornará competitiva, como capital humano e sistemas informatizados, acarretará uma deteriorização à curto prazo de sua demonstração de resultado, o que, por sua vez, reduzirá o valor do balanço patrimonial, diminuindo, portanto, o valor contábil da organização. Em outras palavras, quanto mais uma empresa moderna investir em seu futuro, menor será o seu valor contábil (EDVINSSON; MALONE (1998, p. 39).

A crítica considera como contradição o fato de investimentos com a intenção de aumentar o capital intelectual das empresas, impactar em redução do valor contábil, a partir do lançamento como despesas. Esse raciocínio também pode ser estendido ao registro do *goodwill*, embasando-se no raciocínio de que à medida que seu valor é amortizado, está-se tratando como despesa algo que produz expectativas de crescimento futuro para a empresa. Esse raciocínio impulsionou a idéia de trazer à superfície os valores ocultos da empresa, em que seus efeitos no longo prazo poderiam se tornar visíveis.

Com o propósito de permitir a visualização rápida e evidente das informações sobre esses recursos ocultos, denominados de capital intelectual (CI), a equipe da *Skandia* desenvolveu um instrumento denominado de Navegador *Skandia* (*Skandia Navigator*), possuindo o formato de uma casa, como metáfora de uma organização (Figura 3).

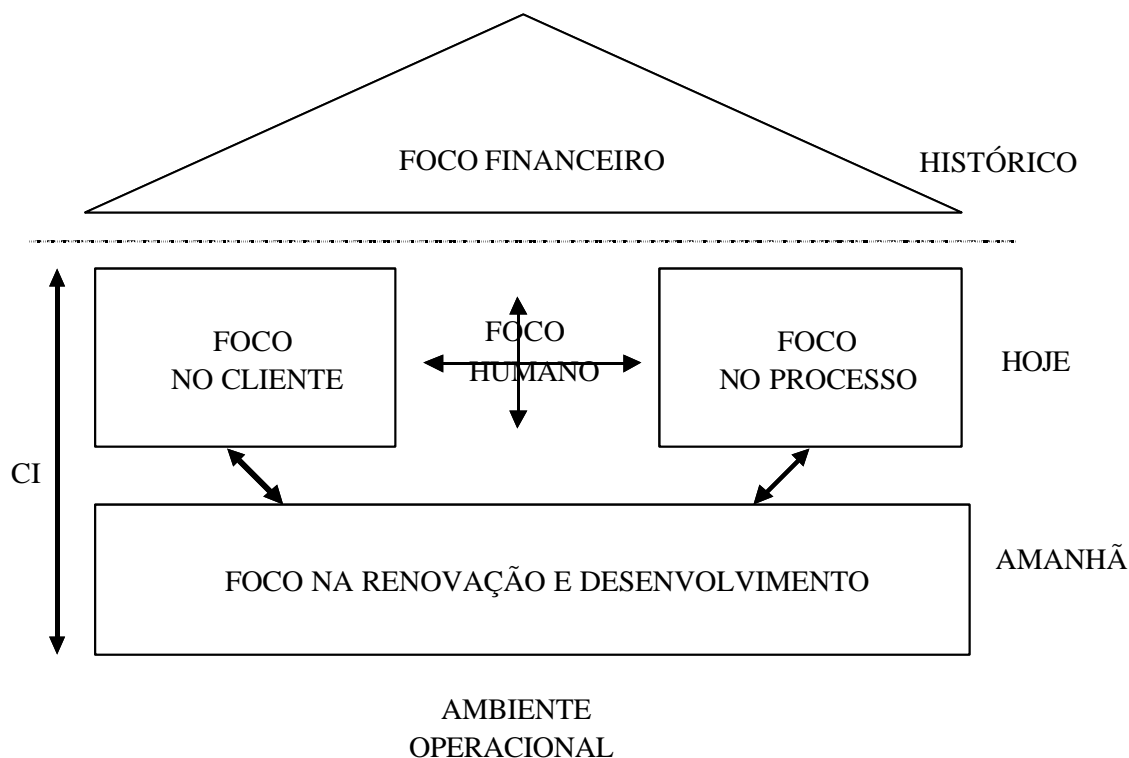


Figura 3 – Navegador *Skandia*

Fonte: EDVINSSON, Leif; MALONE, Michael S.. Capital Intelectual. São Paulo: Makron Books, 1998, p. 60.

As partes que formam a ‘casa’ representam as cinco áreas de foco: o capital humano, o capital de clientes, os processos internos e a capacidade de inovação, cuja combinação cria valor financeiro para a empresa. O navegador é utilizado como modelo de planejamento de negócios, fornecendo uma perspectiva geral do passado da empresa, foco financeiro; seu presente, foco no cliente, no processo e no aspecto humano; e seu futuro, foco na renovação e desenvolvimento.

Para cada um desses focos foram estabelecidos diversos indicadores que permitem medir o seu desempenho e, a fim de estabelecer uma equação que traduzisse em um número o valor do capital intelectual, Edvinsson e Malone (1998, p. 166) definiram três princípios para encontrar um parâmetro universal de comparação:

- localizar um conjunto básico de índices que possam ser aplicados a toda a sociedade com mínimas adaptações;
- reconhecer que cada organização possa ter um capital intelectual adicional que necessite ser avaliado por outros índices;
- estabelecer uma variável que capte a não tão perfeita previsibilidade do futuro, bem como a dos equipamentos, das organizações e das pessoas que nela trabalham.

Considerando tais variáveis chegaram a seguinte fórmula:

$$\text{Capital Intelectual Organizacional} = iC$$

C = Valor monetário do Capital Intelectual

i = Coeficiente de Eficiência.

De acordo com Edvinsson e Malone (1998, p. 172-174), o valor de C, também denominado de medida absoluta, é obtido através de uma relação de indicadores, focalizando o investimento e enfatizando a capacidade de ganhos futuros. Assim, foram eliminadas as categorias próprias do balanço patrimonial, terminando com a seguinte lista:

1. receitas resultantes da atuação em novos negócios;
2. investimentos no desenvolvimento de novos mercados;
3. investimento no desenvolvimento do setor industrial;
4. investimento no desenvolvimento de novos canais;

5. investimento em TI aplicada a vendas, serviço e suporte;
6. investimento em TI aplicada à administração;
7. novos equipamentos de TI;
8. investimento no suporte aos clientes;
9. investimentos no treinamento de clientes;
10. despesas com clientes não relacionadas ao produto;
11. investimento no desenvolvimento da competência dos empregados;
12. investimento em suporte e treinamento relativo a novos produtos para os empregados;
13. treinamento especialmente direcionado aos empregados que não trabalham nas instalações da empresa;
14. investimento em treinamento, comunicação e suporte, direcionados aos empregados permanentes de período integral;
15. programas de treinamento e suporte especialmente direcionados aos empregados temporários de período integral;
16. programas de treinamento e suporte especialmente direcionados aos empregados temporários de período parcial;
17. investimentos no desenvolvimento de parcerias/*joint ventures*;
18. *Upgrades* do sistema;
19. investimentos na identificação da marca (logotipo/nome);
20. investimento em novas patentes e direitos autorais.

Conforme os autores, o índice de coeficiente de eficiência (*i*) do capital intelectual alicerça o compromisso no desempenho atual, ou seja, as medidas atuais de sucesso ou fracasso dos focos. Dessa forma, os indicadores adotados são:

1. participação de mercado (%);
2. índice de satisfação dos clientes (%);
3. índice de liderança (%);
4. índice de motivação (%);
5. índice de investimento em R&D/Investimento total (%);
6. índice de horas de treinamento (%);
7. desempenho/meta de qualidade (%);
8. retenção dos empregados (%);
9. eficiência administrativa/receitas (%).

Os indicadores são expressos em percentagens de forma a culminar em um percentual que venha refletir a eficácia da organização na utilização do capital intelectual, justificando a equação sugerida pelos autores:

$$i = (n/x)$$

O 'n' corresponde à soma dos valores decimais dos índices de eficiência e o 'x' ao número desses índices ou, de outra forma, à média aritmética dos índices.

Antunes (1999) constata que o modelo apresentado não considera como capital intelectual o valor total dos investimentos, mas somente a proporção que reverterá para a empresa, a médio ou longo prazo, medida pelo índice percentual de satisfação dos clientes (indicador não financeiro). Verifica, ainda, que, apesar da medida do capital intelectual apresentar-se como objetiva, denota um certo grau de subjetividade causada pela natureza de alguns índices, ressaltando a aplicabilidade da fórmula por áreas, setores ou à empresa como um todo.

Edvinsson e Malone (1998, p. 54) prescrevem um processo de quatro etapas para que a administração do capital intelectual seja eficaz:

1. compreender aqueles componentes do navegador que demonstrem ter capacidade para criação e obtenção de valor;
2. alavancar esse valor pela interação e a troca de idéias a respeito das capacidades ociosas;
3. focalizar no fluxo de intercâmbio a ‘transparência’ das habilidades em uma organização, por meio da criação de um bufê de conhecimentos, em que os tomadores de decisões podem escolher o que precisam para ser mais produtivos;
4. capitalizar esse processo divulgando, codificando, reciclando e intercambiando seus componentes.

Salientam, os autores, que as vantagens desse processo são amplas e profundas, incluindo:

- uma curva de aprendizagem acentuada;
- menor tempo decorrido até a aplicação;
- reduções no custo e no investimento de capital estrutural e de capital organizacional, algumas obtidas por meio de reciclagem;
- maior valor agregado por meio de interações mais aprimoradas;
- nova criação de valor por meio de novas conexões e combinações.

Os autores advertem, que isso tudo se torna evidentemente sem significado, a não ser que, como ocorreu no caso *Skandia*, o corpo gerencial esteja comprometido com o processo

de desenvolvimento e avaliação do capital intelectual, utilizando essas informações para repensar a organização da empresa, seus pontos fortes, seus pontos fracos e seu futuro.

2.5.4.3 Monitor de ativos intangíveis

O modelo proposto por Sveiby (1998) indica medidas para os ativos intangíveis, classificando-os em três grupos: competência das pessoas, estrutura interna e estrutura externa. Nesse sentido, mesmo não se referindo especificamente ao capital intelectual, mas por se tratar de ativos de mesma natureza e pela similaridade observada na classificação dos grupos de ativos intangíveis com os componentes de capital intelectual, esse modelo é considerado como parte do estudo.

O autor utiliza o monitor de ativos intangíveis, um formato de apresentação que exige uma série de indicadores relevantes, cuja escolha depende da estratégia adotada pela empresa. O monitor pode ser integrado ao sistema de gerenciamento de informações, não devendo ultrapassar uma página e acompanhado por diversos comentários.

Para Sveiby (1998, p. 237), “a finalidade de um sistema de avaliação é cobrir todos os ativos intangíveis, de modo que uma empresa individual possa selecionar apenas alguns dos indicadores de avaliação sugeridos para cada ativo intangível”. O autor defende como áreas principais a serem cobertas: crescimento e renovação, eficiência e estabilidade (Quadro 4).

Ativos Intangíveis		
Estrutura Externa	Estrutura Interna	Competência das pessoas
Crescimento/Renovação Crescimento orgânico do volume de vendas. Aumento da participação no mercado. Índice de clientes satisfeitos ou índices da qualidade.	Crescimento/Renovação Investimentos em tecnologia da informação. Parcela de tempo dedicada às atividades internas de P&D. Índice da atitude de pessoal em relação aos gerentes, à cultura e aos clientes.	Crescimento/Renovação Parcela de vendas geradas por clientes, que aumentam a competência. Aumento da experiência média profissional (número de anos). Rotatividade de competência.
Eficiência Lucro por cliente. Vendas por profissional.	Eficiência Proporção de pessoas de suporte. Vendas por funcionários de suporte.	Eficiência Mudança no valor agregado por profissional. Mudança na proporção de funcionários.
Estabilidade Frequência da repetição de pedidos. Estrutura etária.	Estabilidade Idade da organização. Taxa de novatos.	Estabilidade Taxa de rotatividade dos profissionais.

Quadro 4 – Monitor de Ativos Intangíveis

Fonte: SVEIBY, Karl Erik. A Nova Riqueza das Organizações. Rio de Janeiro: Campus, 1998, p. 238.

Sveiby (1998, p.195-196) entende que existem duas finalidades principais para avaliação de ativos intangíveis e duas partes com interesse nos resultados.

Na apresentação externa, a empresa se descreve da forma mais precisa possível para os envolvidos, clientes, credores e acionistas para que eles possam avaliar a qualidade da gerência e se é provável que se trate de um fornecedor ou credor confiáveis.

A avaliação interna é feita para a gerência, que precisa conhecer o máximo possível a empresa para poder monitorar seu progresso e tomar medidas corretivas quando necessário. Ou seja, esse instrumento fornece um sistema de gerenciamento de informações.

Como se pode notar, o raciocínio do autor atribui utilidade interna e externa à avaliação dos ativos intangíveis organizacionais. Essas informações tendem a promover maior proximidade com os ativos de natureza intangível que agregam valor a organização de forma a propiciar seu gerenciamento interno e promover maior transparência e credibilidade aos usuários externos.

2.5.4.4. Mapa para identificação de potenciais geradores de intangíveis - *balanced scorecard* & *scoreboard*

Wernke (2002) desenvolveu um estudo visando a mensuração de ativos intangíveis. O modelo contempla a utilização conjunta do *Balanced Scorecard*, desenvolvido por Kaplan e Norton, e o *The Value Chain Scoreboard* de Baruch Lev.

O *Balanced Scorecard* foi desenvolvido em princípios da década de 90 por Kaplan e Norton (1997), a partir da necessidade de incluir nos modelos de avaliação quantitativa alguns indicadores qualitativos que pudessem avaliar os ativos intangíveis, considerados por eles como fatores primordiais para o crescimento das empresas. Nesse sentido, Kaplan e Norton (1997) consideram a análise estratégica de criação de valor a partir de quatro perspectivas distintas: financeira, cliente, processos de negócios internos e aprendizado e crescimento.

De acordo com Wernke (2002), o modelo de avaliação de ativos intangíveis desenvolvido por Baruch Lev, *The Value Chain Scoreboard*, possui uma estrutura dividida em três fases: (a) descoberta/aprendizagem, (b) implementação e (c) comercialização.

Dessa forma, Wernke (2002) propõe a união das duas metodologias de avaliação, através da mescla de suas perspectivas, buscando a complementação de ambas e a minimização de possíveis deficiências peculiares a cada um dos modelos. Em decorrência, o autor propõe o ‘mapa para identificação de potenciais geradores de intangíveis’.

A proposta de Wernke (2002) baseia-se nas três fases que fundamentam o modelo *The Value Chain Scoreboard* e nas quatro perspectivas do *Balanced Scorecard* (Quadro 5).

MAPA PARA IDENTIFICAÇÃO DE POTENCIAIS GERADORES DE INTANGÍVEIS	
PERSPECTIVAS	GRUPOS DE INDICADORES
FINANCEIRA	<p>GASTOS [associados a fatores] INTANGÍVEIS Gastos Ambientais Gastos da Qualidade – Falhas Externas Gastos com Pesquisa & Desenvolvimento Gastos de Desenvolvimento de Software Gastos de Aquisição de Clientes Gastos relacionados às Marcas e Patentes Gastos com Desenvolvimento/Capacitação de Pessoal Gastos de (Re) Organização</p> <p>AMORTIZAÇÃO DE INTANGÍVEIS Vida útil estimada (em anos) dos Intangíveis identificáveis</p> <p>DESEMPENHO FINANCEIRO ROI (<i>Return on Investments</i>) EVA (<i>Economic Value Added</i>) MVA (<i>Market Value Added</i>) Lucro Operacional Faturamento</p>
DESCOBERTAS E APRENDIZAGEM	<p>RENOVAÇÃO INTERNA Pesquisa & Desenvolvimento Desenvolvimento de Tecnologia da Informação Treinamento de Funcionários Práticas Internas Aquisição de Clientes</p> <p>CONHECIMENTO ADQUIRIDO Tecnologia Adquirida Engenharia Reversa Aquisição de Tecnologia da Informação</p> <p>REDE DE RELACIONAMENTOS Alianças para Pesquisas & Desenvoltimentos <i>Joint Ventures</i> Integração Clientes/Fornecedores</p>
	<p>PROPRIEDADE INTELECTUAL Patentes, Marcas Registradas, Direitos Autorais Renovação de Licenças <i>Royalties</i> de Patentes e <i>Know-how</i></p>
	<p>VIABILIDADE TECNOLÓGICA Testes Clínicos Aprovação por Órgãos de Controle Testes Finais ou “Beta Testes” Visitantes (para home-pages)</p>

Continua

Continuação

<p>IMPLEMENTAÇÃO & PROCESSOS INTERNOS</p>	<p>CLIENTES Alianças de Mercado Suportes à Marca Mensuração de Frequência e Lealdade (para home-pages)</p> <p>FUNCIONÁRIOS Práticas de trabalho compartilhadas Retenção Perícia (conhecimento dos trabalhadores)</p>
<p>COMERCIALIZAÇÃO</p>	<p>VENDAS Receitas de Inovações Crescimento da Fatia de Mercado Receitas <i>On-line</i> Receitas de Alianças Crescimento de Receitas por Segmento</p> <p>LUCRATIVIDADE Ganhos de Produtividade Canais de Suprimento <i>On-line</i></p> <p>OPÇÕES DE CRESCIMENTO Canais de distribuição Impactos Esperados de Reestruturação Crescimento Potencial de Mercado Custo de Capital Esperado Ponto de Equilíbrio Esperado</p>

Quadro 5 – Mapa para identificação de Potenciais Geradores de Intangíveis

Fonte: WERNKE, Rodney. Identificação de Potenciais Geradores de Ativos Intangíveis. Florianópolis: UFSC. Tese (Doutorado). Universidade Federal de Santa Catarina, 2002, p. 153-154.

O estudo de Wernke (2002) contempla, ainda, a implementação da metodologia proposta em uma empresa industrial, com o intuito de validar o modelo no sentido da identificação de potenciais geradores de ativos intangíveis, contribuindo com o processo de análise e tomada de decisões empresariais. Em consequência da aplicação da metodologia proposta, destaca como pontos positivos do modelo:

- adaptabilidade ao ambiente empresarial: a flexibilidade do modelo propiciou a adaptação ou substituição dos indicadores sugeridos inicialmente por outros mais adequados à realidade da organização;
- identificação de fatores intangíveis ou associados a ativos intangíveis: proporcionou a evidenciação de fatores intangíveis que não costumam ser divulgados através das demonstrações contábeis normalmente exigidas pela legislação e nem evidenciados nos controles internos das organizações;
- análise das informações geradas: proporcionou aos usuários das informações melhorias nas condições de análise da empresa, quer para finalidades de gerenciamento interno, quer para análises externas com as mais variadas finalidades.

Como limitações do modelo, o autor relata o fato de não ocorrer a cobertura de todos os fatores intangíveis, pois pela multiplicidade de formas e possibilidades de ocorrência não foi possível identificar por completo o conjunto de ativos intangíveis da organização, além da dificuldade de obtenção de alguns dados necessários para alimentar os indicadores selecionados. Como o sistema de controles internos não dispunha de todos os dados requeridos, foram efetuadas algumas alterações ou adaptações na forma de coleta para obtenção das informações necessárias à confecção do mapa proposto.

A importância principal da mensuração dos recursos intangíveis não se concentra na determinação precisa de seu valor monetário, tendo em vista a complexidade envolvida, mas contribui com a identificação e informação desses recursos aos usuários, para que estes

encontrem utilidade para tais informações sob a forma de análises comparativas entre empresas, setores, períodos de maneira a possibilitar maior conhecimento sobre os ativos e as estratégias organizacionais referentes ao desenvolvimento dos recursos do conhecimento.

Apesar da complexidade existente na mensuração do capital intelectual, por sua natureza intangível, os esforços buscam aproximar-se do valor mais provável desses recursos por compreender a sua importância para a Contabilidade, no sentido de prover seus usuários, internos e externos, de informações que lhes possibilitem conhecer ou detectar o nível de intangíveis organizacionais.

Makoski (2003), em estudo realizado com o objetivo de identificar os critérios e indicadores utilizados em modelos de mensuração de capital intelectual (modelos de Stewart, Edvinsson e Malone, Sveiby e Lev) e inclusão de novos indicadores plausíveis de aplicação para mensuração de capital intelectual em uma instituição de ensino superior, relata:

entende-se que o capital intelectual deve sim, possuir critérios e indicadores que possibilitem a mensuração e análise, para que se possa utilizar estas informações com o propósito de atender às necessidades específicas nas fases de planejamento, execução, controle e tomada de decisão das atividades desenvolvidas, em uma ótica estratégica, através de um modelo que contemple as necessidades da entidade (MAKOSKI, 2003, p. 156).

A mensuração do capital intelectual possui utilidade em todo o processo de gestão da empresa, uma vez que esse recurso participa da construção dos resultados e, portanto, as estratégias de crescimento e manutenção do mesmo precisam ser constantemente monitoradas. Em concordância com o citado autor, compreende-se que cada empresa deve avaliar o conjunto de indicadores que irão refletir melhor o seu montante de capital intelectual, tendo em vista as características individuais de cada empresa.

2.5.5 Evidenciação (*disclosure*) do capital intelectual

A evidenciação do capital intelectual pode ser uma alternativa para a Contabilidade atenuar as deficiências de informações sobre os recursos do conhecimento, principalmente, no que se refere à demanda de informação externa por acionistas e investidores.

As empresas encontram nos investidores e acionistas uma fonte de recursos que lhes possibilitam acompanhar o desenvolvimento tecnológico e manterem-se competitivas, permitindo a sua manutenção e crescimento no mercado. Os acionistas e investidores, por conseguinte, necessitam ser tratados como parceiros do negócio e, para tanto, precisam ter acesso a informações que lhes permitam conhecer profundamente a composição do mesmo e para traçar tendências sobre as expectativas futuras da empresa na qual investem, tendo em vista os riscos inerentes a este tipo de investimento.

De acordo com Bukh (2003, p. 01), o capital intelectual tem sido considerado como parte integrante dos processos de criação de valor da empresa, sendo que vários estudos e pesquisas têm argumentado que a demanda de comunicação externa de capital intelectual é crescente em empresas baseadas em conhecimento.

Mouritsen, Bukh e Marr (2004) concordam, afirmando que os tradicionais relatórios financeiros não têm atendido a demanda crescente, especialmente, em empresas escandinavas, de relatórios de *disclosure* de capital intelectual para os usuários externos. O argumento observado é de que o sistema dos relatórios financeiros é incapaz de evidenciar novos recursos como relacionamentos, conhecimento e outros ativos gerados internamente.

Estudo realizado por April, Bosma e Deglon (2003) envolveu a investigação da mensuração, informação e gerenciamento do capital intelectual em indústrias de mineração da África do Sul, através de uma combinação entre análises em relatórios anuais de 20 grandes companhias e entrevistas individuais. Os dados foram analisados de acordo com um sistema de seleção de capital intelectual, consistindo em 24 indicadores das três categorias de capital interno, externo e humano. Os resultados demonstraram uma maior ênfase à informação do capital externo, como as colaborações de negócios, aquisições e associações.

A explicação dos autores para a tendência à informação de capital externo é atribuída às pressões da globalização e à necessidade crescente das companhias em focar-se nos fatores externos como os canais de distribuição, valor corrente e relacionamento com clientes.

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

Baseando-se nos resultados da pesquisa, o autor conclui que apesar da importância do capital intelectual na formação de benefícios futuros é largamente ignorado nos relatórios financeiros. Por isso, recomenda às organizações, preocupadas com o relacionamento no mercado de capitais, o desenvolvimento de iniciativas promovendo o *disclosure* voluntário de

capital intelectual. Tais iniciativas podem ser usadas, inicialmente, para o gerenciamento interno. Contudo, a meta final deve ser um relatório externo com foco para os *stakeholders*.

Não existe obrigatoriedade no que se refere à evidenciação do capital intelectual, entretanto, cada companhia tem um objetivo próprio e um público alvo na divulgação de determinada informação. O interesse na evidenciação do capital intelectual depende tanto da própria empresa, uma vez que a utilidade estaria no gerenciamento interno, quanto dos usuários externos, a partir de exigências que contemplem as suas necessidades informativas, de tal forma que venham a suprir o processo decisório.

Nesse sentido, o AICPA (2001), através do *Special Committee on Financial Reporting (Jenkins Committee)* indica como informações que devem ser incluídas no *disclosure* visando aumentar sua utilidade:

- mais informações focadas para o futuro;
- *disclosures* não-financeiros sobre as estratégias de ganhos futuros como, por exemplo: relacionamento com clientes, qualidade de produtos/serviços, *know-how*, produtividade e inovação;
- informações sobre capital intelectual e outros intangíveis que criam valor e proporcionam vantagem competitiva.

O FASB (2001-a), através do estudo *Improving Business Reporting: Insights Into Enhancing Voluntary Disclosures*, pesquisou a evidenciação voluntária em indústrias dos setores automobilístico, produtos químicos, sistemas computadorizados, alimentos, óleo doméstico, farmacêutico, bancos regionais e indústria têxtil. Para cada indústria as informações foram classificadas em torno de seis categorias. As primeiras cinco categorias

estão incluídas no abrangente modelo de relatório financeiro de negócios do *Committee Special* – AICPA e a sexta categoria incluída refere-se aos ativos intangíveis desconsiderados nos relatórios financeiros, adição justificada pela crescente importância atribuída a esses ativos pelas empresas e investidores.

O estudo revelou que o *disclosure* de informações sobre ativos intangíveis não reconhecidos nos relatórios financeiros, como pesquisa e desenvolvimento, recursos humanos, relacionamento com os clientes, inovações e outros fatores críticos de sucesso, seriam especialmente úteis para os investidores nas decisões de investimento, considerando a importância desses ativos no valor da empresa.

Estudos como de Gonçalves (2002), Piacentini (2004) e Steinbrenner (2004), já referenciados no título 2.4.2, pesquisaram a evidenciação de informações espontâneas não obrigatórias, nos relatórios de administração, cujos resultados acabam por evidenciar informações sobre alguns elementos que compõem o capital intelectual como recursos humanos, pesquisa e desenvolvimento, meio ambiente e outros. Neste estudo, busca-se analisar a evidenciação espontânea especificamente do capital intelectual, no sentido de aprofundar o conhecimento sobre a evidenciação de seus componentes.

2.5.6 Relatórios de capital intelectual

O pioneirismo na evidenciação externa de capital intelectual advém de duas empresas suecas, a WM-data⁵ e a Skandia AFS.

⁵ WM-data – Empresa de software e consultoria da Europa.

De acordo com Sveiby (1998), a WM-data é considerada pioneira no assunto incluindo, desde 1989, em seus relatórios anuais uma seção contendo informações sobre os ativos intangíveis.

O relatório de 1995 da WM-data possui uma seção intitulada 'o capital da WM-data'(Anexo A). Nessa seção, a empresa divide o capital intelectual em três tipos: capital estrutural, capital individual e capital financeiro. Entretanto, destaca que a relevância de cada tipo de capital depende do tipo de operação, citando que no processo industrial de uma companhia manufatureira o capital financeiro, sob a forma de máquinas e outros ativos fixos, é essencial. Já, em uma empresa baseada em conhecimento, como no caso da WM-data, a ênfase está no capital individual e estrutural. A seção evidencia, de forma dissertativa e com o uso de recursos gráficos, os conceitos e informações que envolvem esses três grupos de capital.

A concepção dessa empresa com relação à criação de valor, não isola a contribuição do capital financeiro, ao contrário de alguns autores que o colocam em hierarquia inferior ou até mesmo desprezam-no enfatizando apenas os novos recursos: informação e conhecimento. Entretanto, deve-se ter uma postura coerente, reconhecendo que os recursos não são excludentes, inclusive existe uma relação de dependência e cooperação entre o capital financeiro e intelectual na criação de valor.

Na referida seção da WM-data, o capital de clientes está incluído na categoria de capital estrutural, diferentemente de como é tratado pelos diversos autores citados, quando se referem aos elementos de capital intelectual. A explicação pode estar no fato de que essa

seção não trata somente do capital intelectual da companhia, mas do capital como um todo e, por isso, inclui o capital financeiro e não separa o capital de clientes do capital estrutural.

No relatório de 2003, a WM-data apresenta uma seção intitulada ‘Ativos e Recursos’ (Anexo B). São incluídas nessa seção informações sobre os ganhos baseados em capital estrutural, empregados e relacionamento com clientes, entre outras. Como pode ser observado no anexo B, essas informações encontram-se incluídas nos relatórios anuais da companhia, demonstrando que a evidenciação destes recursos não é mero modismo, mas uma tendência e uma exigência, na medida em que há uma necessidade em evidenciar informações sobre os recursos que impactam o resultado corrente e futuro da organização.

A maior companhia de seguros e de serviços financeiros na Escandinávia, a Skandia, sob a liderança de Leif Edvinsson, emitiu o primeiro relatório anual público específico sobre capital intelectual em 1994, publicado e distribuído aos acionistas durante a reunião anual em 1995.

O relatório de capital intelectual da *American Skandia* publicado em 1998, é intitulado ‘capital humano em transformação’ (*human capital transformation*), apresentando 22 páginas com conceitos e informações sobre os ativos intelectuais. O relatório apresenta, também, a representação da figura denominada *Skandia Navigator*, já exposta no item 2.5.4.2, seguida de uma tabela contendo as áreas de foco e os respectivos resultados em diversos períodos, o que permite ao usuário acompanhar a evolução e fazer comparações entre os mesmos (Tabela 1).

Tabela 1 – Áreas de Foco do Capital Intelectual - *American Skandia*

AMERICAN SKANDIA	1997	1996	1995	1994
FOCO FINANCEIRO				
Rentabilidade do capital próprio %	21.9	27.1	28.7	12.2
Resultado Operacional (M SEK)	1,027	579	355	115
Valor agregado/funcionário (SEK 000s)	2,616	2,206	1,904	1,666
FOCO NOS CLIENTES				
Número de contratos	189,104	133,641	87,836	59,089
Economia/contrato (SEK 000s)	499	396	360	333
Proporção de Rendimento %	4.4	4.4	4.1	4.2
Pontos de Venda	45,881	33,287	18,012	11,573
FOCO HUMANO				
Número de empregados – tempo integral	599	418	300	220
Número de gerentes	88	86	81	62
Número de gerentes mulheres	50	27	28	13
Gastos em treinamento/funcionário (SEK 000s)	2.7	15.4	2.5	9.8
FOCO NO PROCESSO				
Número de contratos por funcionário	316	320	293	269
Gastos admin./total de prêmios subscritos %	3.5	2.9	3.3	2.9
Gastos em tecn. de inform./Gastos admin. %	8.1	12.5	13.1	8.8
FOCO NA RENOVAÇÃO & DESENVOLVIMENTO				
Percentual do total de prêmios subscritos decorrente de novos lançamentos no mercado	0.9	23.7	49.2	11.1
Incremento de novos prêmios subscritos %	31.9	113.7	29.9	17.8
Gastos em desenvolvimento/gastos em admin. %	9.8	9.9	10.1	11.6
Percentual de funcionários com menos de 40 anos	76	78	81	72

Nota: Valores expressos em dólar

Fonte: Adaptado de SKANDIA. *Human Capital Transformation. Intellectual Capital Prototype Report, Skandia 1998.* Disponível em: <<http://www.skandia.com/en/includes/documentlinks/annualreport1998/e9712Human.pdf>> Acesso em: 02 jul. 2004, p. 20.

Essa tabela serve para demonstrar o que é descrito no relatório dessa companhia, sendo que cada segmento da Skandia possui uma tabela com as respectivas informações da sua atividade em todas as quatro áreas de foco.

O projeto de Mouritsen *et al.* (2004), sob coordenação do Ministério dinamarquês da Ciência, Tecnologia e Inovação (uma revisão da versão de 2000), refere-se a um novo

guideline de relatórios de capital intelectual e oferece às companhias e organizações a oportunidade de trabalhar mais sistematicamente ou detalhadamente a gestão do conhecimento. O *guideline* fornece uma base para a gerência do conhecimento e comunicação para empregados potenciais, clientes, investidores e o público em geral.

O relatório de capital intelectual é uma ferramenta de gerência e comunicação usada para gerar valor e comunicar aos empregados, aos clientes, aos sócios e aos investidores como a companhia gera valor a eles. O relatório de capital intelectual, como todo relatório contábil monitora iniciativas e resultados e mostra se uma companhia está desenvolvendo seus recursos no sentido correto. Neste caso, o relatório de capital intelectual demonstra se uma companhia melhorou o desenvolvimento e a gerência de seus recursos do conhecimento (MOURITSEN *et al.*, 2004, p. 06).

O estudo informa os resultados de uma *survey* realizada em empresas que trabalham com relatórios de capital intelectual. O Gráfico 3, a seguir, demonstra os objetivos internos visualizados pela empresa a partir da confecção de um relatório de capital intelectual.

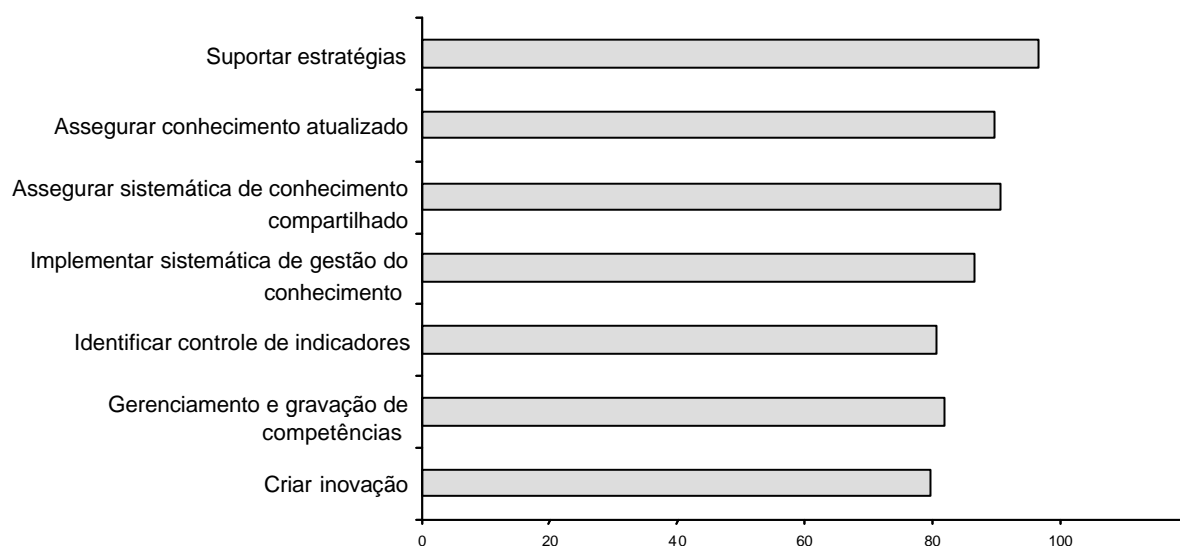


Gráfico 3 – Proporção de Companhias e Objetivos Internos na Divulgação do Relatório de Capital Intelectual

Fonte: MOURITSEN, Jan. *et al.* *Intellectual Capital Statements - The New Guideline*. Coordenação: Danish Ministry of Science, Technology and Innovation. Disponível em: <http://www.videnskabsministeriet.dk/fsk/publ/2003/guideline_uk/guideline_uk.doc> Acesso em: 03 jul. 2004, p. 06.

Percebe-se, através da visualização do gráfico, que os objetivos apresentados pelas companhias pesquisadas visam respectivamente: suporte de estratégias, garantia de conhecimento atualizado, assegurar sistemática de conhecimento compartilhado, suplemento sistemático de gerenciamento do conhecimento, identificar indicadores de controle, gerenciamento de competências e inovação.

No tocante aos objetivos externos, indicados pelas companhias, o documento revela que os relatórios de capital intelectual retratam os interesses das mesmas e propiciam a atração de novos empregados, clientes e até mesmo novos investidores, o que pode ser confirmado no Gráfico 4 , a seguir:

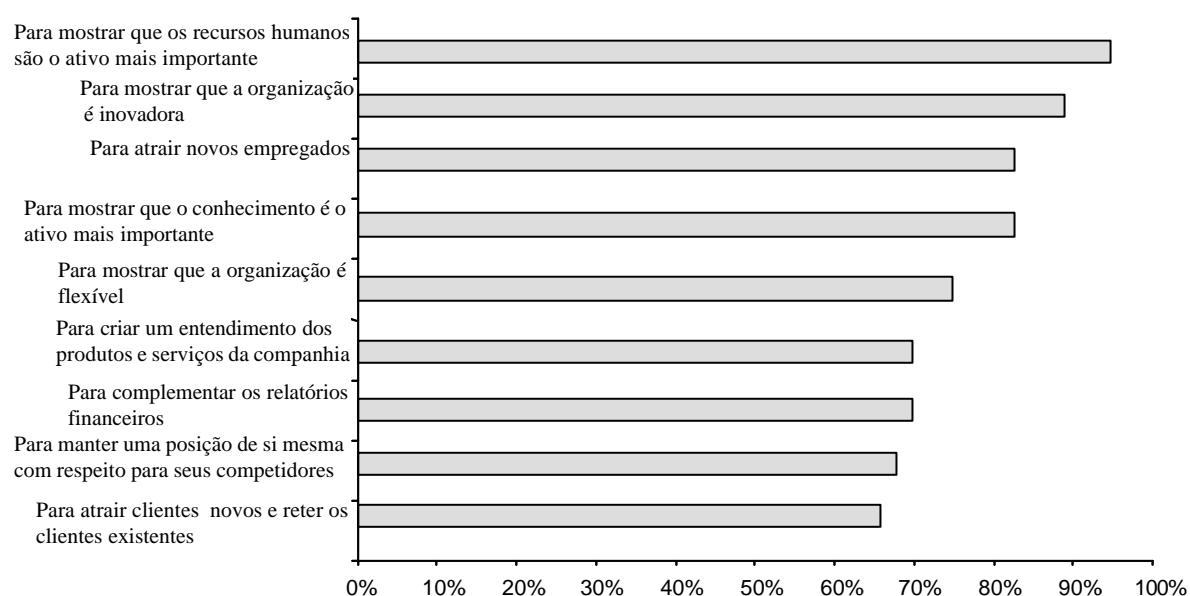


Gráfico 4 – Proporção de Companhias e Objetivos Importantes na Divulgação do Relatório de Capital Intelectual

Fonte: MOURITSEN, Jan. *et al.* *Intellectual Capital Statements - The New Guideline*. Coordenação: Danish Ministry of Science, Technology and Innovation. Disponível em: <http://www.videnskabsministeriet.dk/fsk/publ/2003/guideline_uk/guideline_uk.doc> Acesso em: 03 jul. 2004, p. 07.

A conclusão do estudo relativo a esses objetivos é sintetizada da seguinte forma:

A maioria das companhias que tem publicado relatórios de capital intelectual indica que um dos objetivos do relatório é comunicar os recursos invisíveis da companhia e atrair mais empregados e clientes. Estas companhias querem frequentemente mostrar que são inovadoras e flexíveis, e que o conhecimento e os recursos humanos são recursos importantes (MOURITSEN *et al.*, 2004, p. 07).

O *disclosure* pode revelar o nível de transparência da empresa e pode funcionar como *marketing*, pois ao evidenciar os seus recursos e estratégias está se revelando para os usuários. Há de se considerar, no entanto, que algumas informações são mantidas em sigilo como, por exemplo, estratégias de mercado e lançamentos de novos produtos, que somente são divulgadas no momento oportuno, situações em que a empresa se preserva, visando precaver-se da concorrência.

Bukh *et al.* (2003) efetuaram um estudo do *disclosure* voluntário de informações não-financeiras, ou recursos baseados em conhecimento, em prospectos de IPO (oferta pública inicial) de empresas dinamarquesas, no período de 1990 a 2001. De acordo com os autores, um prospecto IPO fornece uma percepção a partir de informações selecionadas pela companhia para a melhor apresentação possível da mesma em relação aos investidores e analistas, sendo considerado, inclusive, o mais completo tipo de relatório financeiro. Dessa forma, foi pré-definida uma lista de 78 itens possíveis de serem evidenciados nos referidos prospectos, divididos em seis categorias: empregados, clientes, tecnologia da informação, processos, pesquisa e desenvolvimento, declaração estratégica.

Os resultados do estudo são sumarizados no Gráfico 5, a seguir, em que se percebe o montante de informações evidenciadas em cada período investigado.

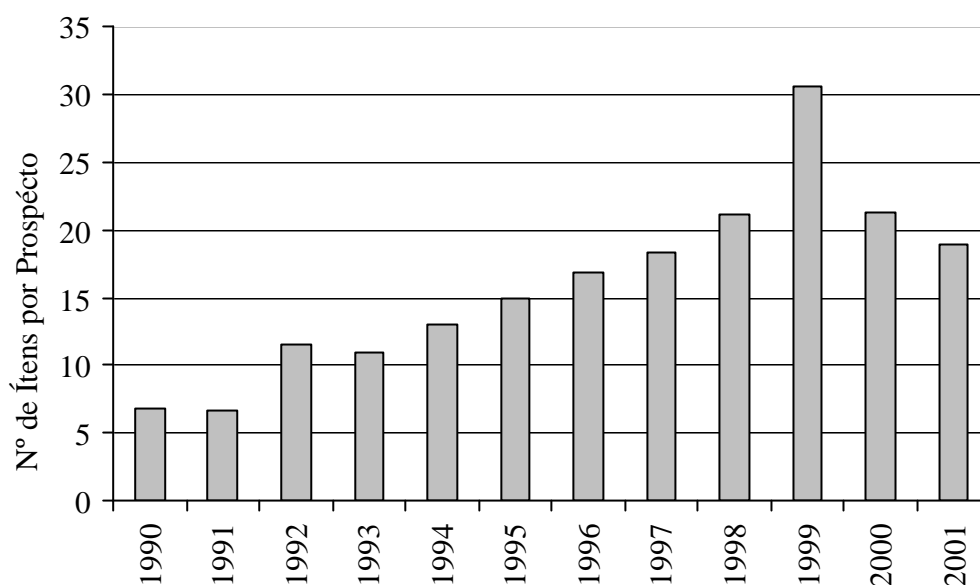


Gráfico 5 – Número de Itens Evidenciados por Prospectos IPO

Fonte: Adaptado de BUKH, Nikolaj. *et al. Disclosure fo Information on Intellectual Capital in Danisch IPO Prospectuses*. Agosto, 2003, p. 33. Disponível em: http://www.pnbukh.com/PDF_ARTIKLER/IPO4UK%2030%20sept%202002%20final%20version.pdf. Acesso em: 03 jul. 2004.

Os resultados do estudo, conforme os autores, denotam um crescimento considerável do *disclosure* de informações sobre os recursos do conhecimento e do capital intelectual nesse tipo de prospecto, nesta última década. A explicação atribuída para esse desenvolvimento, considera o fato de que ocorreu relativamente um maior número de companhias farmacêuticas e de tecnologia de informação listadas na *Copenhagen Stock Exchange*, nos últimos anos, sendo que os prospectos desses tipos de companhias incluem maior número de informações não-financeiras, somando-se ao fato de que a literatura existente pode ter incentivado à comunicação externa, através de sugestões para estas companhias que dependem principalmente de ativos intangíveis para a criação de valor.

Bukh *et al.* (2003) atribuem importância ao *disclosure* de informações sobre os intangíveis na redução de incertezas e maior precisão na valoração da companhia.

Considerando o exposto, conclui-se que a evidenciação dos recursos do conhecimento não pode ser considerada mais uma tendência, mas uma exigência intrínseca à nova economia. Ocorre que o desenvolvimento de empresas baseadas em conhecimento e consideradas, de certa forma, virtuais, por não possuírem necessariamente imobilizações, tem demandado uma exigência que é inerente ao tipo de recursos pelos quais são constituídas e que muito contribuem nos processos de criação de valor.

Dessa forma, as informações sobre esses recursos, não reconhecidos nas demonstrações contábeis, mas possíveis de serem evidenciadas em relatórios complementares ou inclusas nos relatórios de administração, tendem a suprir a lacuna que a Contabilidade ainda não está habilitada a preencher, tendo em vista o atributo subjetivo desses ativos que dificulta sua mensuração.

3 MÉTODO DE PESQUISA

Para compreender a importância da pesquisa na resolução de um problema formulado, torna-se oportuno descrever a definição de pesquisa apresentada por Gil (2002, p. 17).

Pode-se definir pesquisa como procedimento racional e sistemático que tem como objetivo proporcionar respostas aos problemas que são propostos. A pesquisa é requerida quando não se dispõe de informação suficiente para responder ao problema, ou então quando a informação disponível se encontra em tal estado de desordem que não possa ser adequadamente relacionada ao problema.

A compreensão do significado da pesquisa permite entender a sua aplicabilidade para a resolução do problema formulado neste estudo, tendo em vista que uma leitura superficial nos relatórios de administração, que constituem os documentos em análise, não levaria a diagnosticar o nível de *disclosure* do mesmo. Tal questão envolve intensa pesquisa, através de leitura detalhada e técnicas de análise, que venham a ordenar e, pela investigação, dar maior significado às informações disponíveis.

Para que a pesquisa obtenha cientificidade é necessário esclarecer o método utilizado. Na definição de Gil (1999, p. 26), “método é o caminho para se chegar ao fim”, concluindo-se que a metodologia empregada estará a serviço da pesquisa.

3.1 Classificação da Pesquisa

A pesquisa realizada neste estudo é classificada, quanto à forma de abordagem do problema, de acordo com seus objetivos e com base nos procedimentos técnicos utilizados.

Quanto à forma de abordagem do problema, conforme Silva e Menezes (2001) a pesquisa é definida como qualitativa e quantitativa.

Para Silva e Menezes (2001, p. 20) “a interpretação dos fenômenos e a atribuição de significados são básicas no processo de pesquisa qualitativa”. Assim, este estudo envolve a pesquisa qualitativa na medida em que se realizou a identificação e análise dos componentes de capital intelectual inseridos no conteúdo dos relatórios de administração.

A presente pesquisa se qualifica, ainda, como pesquisa quantitativa por efetuar-se a quantificação das informações coletadas e a análise através do uso de recursos estatísticos. A “pesquisa quantitativa considera que tudo pode ser quantificável, o que significa traduzir em números opiniões e informações para classificá-las e analisá-las. Requer o uso de recursos e de técnicas estatísticas” (SILVA; MENEZES, 2001, p. 20).

Quanto aos objetivos, o estudo envolve a pesquisa exploratória e descritiva. As pesquisas exploratórias, segundo Gil (2002, p. 41), “têm como objetivo proporcionar maior familiaridade com o problema, com vistas a torná-lo mais explícito ou a constituir hipóteses”, enquanto que as pesquisas descritivas, em uma linguagem simplificada, de acordo com o autor, referem-se ao ‘quê’ e ao ‘como’.

A classificação como pesquisa exploratória justifica-se uma vez que este estudo tem por base a realização de investigação e análise da evidenciação de capital intelectual nos relatórios de administração das companhias objeto do mesmo, visando tornar mais evidente o tipo e a quantidade de informação sobre o capital intelectual, evidenciada pelas companhias.

O estudo é considerado, também, uma pesquisa descritiva, na medida em que se descreve ‘o que’ está sendo evidenciado nos relatórios de administração acerca do capital intelectual das companhias, e ‘como’ essa evidenciação é feita.

Por seu enfoque empírico, a pesquisa classifica-se, segundo os procedimentos técnicos, como pesquisa documental, por ter como fonte de dados publicações administrativas, mais precisamente, os relatórios de administração das companhias definidas para o estudo, em seu formato original, disponibilizados na *home page* da BOVESPA.

Gil (2002) enumera como vantagens da pesquisa documental: o fato dos documentos constituírem-se em fonte rica e estável de dados, favorecendo pesquisas de natureza histórica; o baixo custo, exigindo apenas capacidade do pesquisador e disponibilidade de tempo; a não exigência de contato com os sujeitos da pesquisa, que muitas vezes é um fator limitativo, além do fato de que a informação obtida com os sujeitos pode estar prejudicada pelas circunstâncias do contato.

3.2 Universo da Pesquisa

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

No Quadro 6 apresenta-se a relação das empresas listadas como nível 1 de governança corporativa pela BOVESPA, as quais formam o universo de empresas analisadas.

Nº	Nome de Pregão	Razão Social
1	Alpargatas	São Paulo Alpargatas S/A
2	Aracruz	Aracruz Celulose S/A
3	Bradesco	Bco. Bradesco S/A
4	Bradespar	Bradespar S/A
5	Brasil T Par.	Brasil Telecom Participações
6	Brasil Telec.	Brasil Telecom S/A
7	Brasken	Brasken S/A
10	Cedro	Cia Fiação Tecidos Cedro Cachoeira
9	Cemig	Cia Energética de Minas gerais – CEMIG
11	Cia Hering	Cia Hering
15	Confab	Confab Industrial S/A
16	Gerdau	Gerdau S/A
20	Gerdau met	Metalúrgica Gerdau S/A
3	Itaubanco	Bco. Itaú Holding Financeira S/A
17	Itausa	Itausa Investimentos Itaú S/A
18	Klabin S/A	Klabin S/A
19	Mangels Indl	Mangels Industrial S/A
8	P. Açúcar-CBD	Cia Brasileira de Distribuição
21	Perdigão S/A	Perdigão S/A
22	Randon Part	Randon S/A Implementos e Participações
23	Ripasa	Ripasa S/A Celulose e Papel
24	Rossi Residencial	Rossi Residencial S/A
26	Sadia S/A	Sadia S/A
12	Suzano	Suzano Bahia Sul Papel e Celulose
13	Tran Paulist	Cia Transmissão Energia Elet. Paulista
29	Unibanco	Unibanco União dos Bancos Brasileiros S/A
28	Unibanco HLD	Unibanco Holdings S/A
30	V C P	Votorantim Celulose e Papel S/A
14	Vale R Doce	Cia Vale do Rio Doce
25	Vigor	Fábrica de Produtos Alimentícios Vigor S/A
31	Weg	Weg S/A

Quadro 6 – Companhias Listadas no Nível 1 de Governança Corporativa - BOVESPA

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

No quadro figuram 31 companhias, no entanto, duas foram excluídas, resultando um universo de 29 companhias. A exclusão decorreu do fato de que as companhias Brasil Telecom Participações e Brasil Telecom S.A possuíam o mesmo relatório de administração,

tendo-se optado por excluir-se a primeira. As companhias Gerdau S.A. e Metalúrgica Gerdau apresentavam no relatório de administração conteúdo diferente apenas na seção informações não consolidadas, em que não constavam informações referentes às categorias de capital intelectual, optando-se, então, pela exclusão da companhia Metalúrgica Gerdau para que não ocorresse contagem dupla das categorias.

3.3 Coleta e Tratamento dos Dados

Os dados necessários para a análise foram coletados nos relatórios de administração do ano de 2003, das companhias que compunham o universo, através de *download* dos mesmos, disponíveis na página da BOVESPA. Apenas um relatório de administração foi obtido via contato por correio eletrônico com a companhia, por não ter sido possível efetuar o *download* do documento na *home page* da Bovespa.

Para o tratamento dos dados, utilizou-se a técnica de análise de conteúdo, pois de acordo com Lagarde *apud* Freitas e Janissek (2000, p. 37), “quando os dados a analisar se apresentam sob a forma de um texto ou de um conjunto de textos ao invés de uma tabela com valores, a análise correspondente assume o nome de Análise de Conteúdo”. Essa foi a técnica de pesquisa adotada neste estudo, dada a peculiaridade de apresentação dos dados nos relatórios de administração, ou seja, sob o formato de texto.

O estudo envolveu o tratamento dos dados qualitativos de forma quantitativa, através da aplicação de testes estatísticos com a utilização do software *Statistical Package for Social Sciences* (SPSS) for Windows, versão 12.0.

3.4 Análise dos Dados

3.4.1 Análise de conteúdo

A análise dos dados foi efetuada adotando-se a técnica de análise de conteúdo, relativamente pouco empregada em pesquisas na área contábil no Brasil.

Nesse sentido, encontrou-se o estudo realizado por Makoski (2003), com aplicação dessa técnica na identificação dos critérios e indicadores utilizados em modelos de mensuração de capital intelectual (modelos de Stewart, Edvinsson e Malone, Sveiby e Lev), visando construir um modelo personalizado a uma instituição de ensino superior. Outra referência na utilização da técnica de análise de conteúdo, aplicada a estudos em Contabilidade, é o estudo de Ponte e Oliveira (2003) sobre a evidenciação de informações de natureza avançada e não obrigatória. Ainda, no Brasil, destaca-se o estudo de Nossa (2002), referente à análise de *disclosure* ambiental. O autor expressa que “a análise de conteúdo é pouco utilizada nas pesquisas contábeis de maneira geral, mas é fácil encontrar na literatura de Contabilidade ambiental” (NOSSA, 2002, p. 173), referindo-se a estudos realizados em outros países.

De acordo com Neuendorf (2002, p. 01), “análise de conteúdo pode ser definida como análise quantitativa, objetiva e sistemática de características de mensagens”. Como um instrumento de investigação, essa técnica permitiu analisar o conteúdo dos relatórios de administração das companhias objeto de estudo, no que se refere a evidenciação do capital

intelectual, permitindo a compreensão da essência do conteúdo apresentado nos respectivos documentos.

Neuendorf (2002) considera a análise de conteúdo como um método científico confiável, incluindo atenção para a objetividade (evitando a subjetividade e parcialidade do pesquisador), fidelidade, validade, replicabilidade dos resultados e teste de hipóteses ou questão de pesquisa.

Bardin (1995, p. 42) define análise de conteúdo da seguinte forma:

Análise de conteúdo é um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos, sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens.

A autora indica que as inferências podem responder a problemas relativos às causas ou antecedentes das mensagens e aos possíveis efeitos das mesmas. Além disso, salienta que a análise de conteúdo trabalha a palavra e toma em consideração as significações (conteúdo), a forma e a distribuição do conteúdo ou, de outra forma, procura conhecer o significado intrínseco das palavras que estão sendo analisadas.

Bardin (1995, p. 95) faz referência a três fases da análise de conteúdo, organizadas em torno de três pólos cronológicos:

- a pré-análise;
- a exploração do material;
- o tratamento dos resultados, a inferência e a interpretação.

A fase da pré-análise é explicada pela autora como a fase de organização, tendo como objetivo sintetizar e tornar operacionais as idéias iniciais de maneira a esquematizar as operações que se sucederão. A segunda fase caracteriza-se pela administração sistemática das decisões tomadas na fase anterior. Consiste em operações de codificação, desconto ou enumeração, em função de regras pré-definidas. Na terceira e última fase ocorre o tratamento dos dados de forma a tornarem-se significativos e válidos. Por conseguinte, o analista, ao encontrar resultados significativos, poderá propor inferências e adiantar interpretações aos objetivos propostos ou a novas descobertas.

No que se refere à codificação, processo peculiar à segunda fase, Bardin (1995, p.104) enumera três escolhas necessárias à sua organização: o recorte, quando se elege as unidades; a enumeração, com a escolha das regras de contagem; a classificação e a agregação, designando-se as categorias.

Assim, a unidade de análise adotada para codificar e quantificar o *disclosure* de capital intelectual em cada categoria foi a sentença (reunião de palavras que formam um sentido completo; frase.). No tocante à enumeração, elegeu-se a frequência que evidenciou a importância de uma unidade de registro à medida que aumentou a sua evidenciação.

Neuendorf (2002, p. 13) atenta para a diferença entre unidade de análise e unidade de dados coletados, pois considera que “unidade de dados é o elemento em que cada variável será mensurada. Unidade de análise é o elemento em que cada dado será analisado e os resultados reportados”. Portanto, para efeitos deste estudo, identificou-se como unidade de dados coletados os relatórios de administração e como unidade de análise a sentença.

As categorias, propriamente ditas, compõem o instrumento de pesquisa adotado. O processo de definição das categorias e subcategorias é demonstrado a seguir.

3.4.2 Instrumento de pesquisa

As categorias foram formadas tomando-se por base o referencial estudado, adotando-se a classificação de capital intelectual sugerida pelo referencial teórico em relação aos componentes de capital intelectual (EDVINSSON; MALONE, 1998) e, praticamente, comum a todos os autores referenciados: capital humano, capital estrutural e capital de clientes.

Na definição das subcategorias considerou-se o referencial estudado, mais precisamente, os autores no item componentes de capital intelectual (EDVINSSON; MALONE, 1998; STEWART, 1998; BROOKING, 1997 e SVEIBY, 1998).

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

Vale lembrar a ocorrência de divergências entre os autores no que se refere à classificação de certas ações (subcategorias) como integrantes de um ou outro componente de capital intelectual (categorias), fato esse que foi definido de acordo com as observações na realização deste estudo.

A exemplo disso, pode-se citar a divergência no que se refere à imagem corporativa, pois Edvinsson e Malone (1998) consideram-na como integrante do capital estrutural e Sveiby (1998) como estrutura externa, que inclui o conhecimento gerado pelas relações entre a empresa e os agentes externos. Nesse sentido, a marca corporativa e as marcas dos produtos são consideradas como capital estrutural por compreenderem as ações da organização na criação de valor a partir de uma marca forte no mercado. A imagem corporativa é vista como capital de clientes, ou seja, é a resposta do ambiente externo para essas ações ou à filosofia organizacional.

A partir dessa perspectiva, para cada uma das três categorias foram definidas diversas subcategorias, constituindo-se, então, o instrumento de análise deste estudo, demonstrado a seguir (Quadro 7):

Categorias de Capital Intelectual			
1	Capital Humano	2	Capital Estrutural
1.1	Ativo/Recurso	2.1	Qualidade em Tecnologia da Informação
1.2	Incentivo a Novas Idéias	2.2	Investimentos em TI
1.3	Investimento em Educação dos Funcionários	2.3	Propriedade Intelectual
1.4	Treinamento/Desenvolvimento/Capacitação	2.4	Patentes
1.5	Política de Retenção de Talentos	2.5	Direitos Autorais
1.6	Política de Captação de Talentos	2.6	Qualidade dos Produtos e Serviços
1.7	Qualificação Profissional (nº de gerentes)	2.7	Inovação/Pesquisa e Desenvolvimento
1.8	Nível de Escolaridade	2.8	Marcas Corporativas
1.9	<i>Turnover</i>	2.9	Marcas de Produtos
1.10	Benefícios	2.10	Cultura Organizacional
1.11	Clima Organizacional	2.11	Práticas Ambientais
		2.12	Responsabilidade Social
		2.13	Governança Corporativa
3	Capital de Clientes		
3.1	Carteira de Clientes	3.10	Participação no Mercado
3.2	Lealdade/Fidelidade dos Clientes	3.11	Treinamento do Cliente
3.3	Captação de Clientes	3.12	Inovação Focada no Cliente
3.4	Retenção de Clientes	3.13	<i>Empowerment</i> do Cliente
3.5	Satisfação do Cliente	3.14	Customização
3.6	Investimentos em TI /Cliente	3.15	Contratos de Franquias
3.7	Suporte ao Cliente	3.16	Contratos de Licenças
3.8	Parcerias Clientes/Fornecedores	3.17	Repetitividade dos Negócios
3.9	Relacionamento com o Cliente/Fornecedor	3.18	Imagem da Empresa

Quadro 7 – Categorias de Capital Intelectual

A partir disso, iniciou-se a codificação dos relatórios de administração das companhias, objeto de estudo, tomando-se como base os códigos relativos a cada categoria e subcategoria.

As categorias e respectivas subcategorias foram agrupadas no instrumento de análise da evidenciação do capital intelectual nos documentos analisados, o qual foi submetido a um teste estatístico com o intuito de investigar a sua consistência interna.

3.4.3 Procedimentos e elementos específicos do universo

Destaca-se que na codificação das sentenças de acordo com a categoria, não se considerou somente a identificação do termo correspondente à subcategoria, mas levou-se em consideração a compreensão do pesquisador na identificação das mensagens às subcategorias correspondentes.

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

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

A análise interpretativa pode em larga medida ser influenciada pela subjetividade do pesquisador. Nesse sentido, visando diminuir possíveis efeitos nos resultados da pesquisa provocados pelo grau de subjetividade do pesquisador, adotou-se cuidados metodológicos apropriados. Na análise qualitativa tomou-se por base uma teoria congruente para determinação do instrumento de pesquisa e as codificações das sentenças de acordo com as respectivas categorias e subcategorias foram discutidas com outro interlocutor, servindo de

juiz do processo de codificação dos dados. Além disso, em um segundo momento, a abordagem qualitativa se transformou em quantitativa, buscando atestar a validade interna do instrumento através do cálculo das correlações, com a finalidade de verificar se a escala estava medindo o construto esperado.

Nas análises estatísticas realizadas, consideraram-se como elementos específicos das companhias: porte, setor de atividade e tamanho do relatório de administração.

Como porte das companhias tomou-se por base o montante de receita bruta de vendas, coletado a partir da demonstração de resultado consolidado (informação disponibilizada na página da BOVESPA, sistema de divulgação externa), opção justificada pelo fato da maioria das companhias listadas apresentar essa demonstração, e em muitos casos não evidenciar valor algum em receita de vendas na demonstração individual. Salienta-se que em apenas uma empresa utilizou-se o valor referente à receita bruta de vendas da demonstração de resultado individual, por não apresentar essa informação consolidada.

Com relação ao setor de atividade das companhias, teve-se como referência a identificação das companhias ao respectivo setor fornecido na página da BOVESPA, os quais assumiram representação numérica para possibilitar as análises estatísticas. Para representar o tamanho dos relatórios de administração tomou-se por base o número de laudas dos documentos.

As companhias consideradas no estudo, seus respectivos setores, porte e códigos correspondentes estão representadas na tabela a seguir:

Tabela 2 – Dados de Identificação das Companhias

Nº	Nome de Pregão	Setor	Código/Setor	Receita Bruta de Vendas (mil reais) *
1	Alpargatas	Consumo Cíclico	6	1.245.792
2	Aracruz	Materiais Básicos	1	3.356.563
3	Bradesco	Financeiros e outros	8	27.529.706
4	Bradespar	Financeiro e outros	8	3.390.118
5	Brasil Telec.	Telecomunicações	2	11.077.381
6	Brasken	Materiais Básicos	1	12.544.672
7	Cedro	Consumo Cíclico	6	363.727
8	Cemig	Utilidade Pública	3	7.967.945
9	Cia Hering	Consumo Cíclico	6	336.595
10	Confab	Materiais Básicos	1	1.175.016
11	Gerdau	Materiais Básicos	1	15.782.967
12	Itaubanco	Financeiros e outros	8	14.495.764
13	Itausa	Financeiro e Outros	8	7.808.082
14	Klabin S/A	Materiais Básicos	1	3.366.713
15	Mangels Indl	Materiais Básicos	1	477.078
16	P. Açúcar-CBD	Consumo Não Cíclico	7	12.788.363
17	Perdigão S/A	Consumo Não Cíclico	7	4.370.966
18	Randon Part	Bens Industriais	4	1.329.445
19	Ripasa	Materiais Básicos	1	1.474.836
20	Rossi Resid.	Construção e Transp.	5	189.587
21	Sadia S/A	Consumo Não Cíclico	7	5.855.435
22	Suzano	Materiais Básicos	1	1.127.705
23	Tran Paulist	Utilidade Pública	3	910.159
24	Unibanco	Financeiro e Outras	8	12.062.504
25	Unibanco HLD	Financeiro e Outras	8	12.062.504
26	V C P	Materiais Básicos	1	3.239.848
27	Vale R Doce	Materiais Básicos	1	20.218.656
28	Vigor	Consumo Não Cíclico	7	701.360
29	Weg	Bens Industriais	4	2.015.111

* Data base da Receita Bruta 31/12/2003

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

Visando identificar a presença da Contabilidade como fonte de informação de capital intelectual, buscou-se identificar a maneira pela qual a informação foi apresentada nos relatórios de administração.

As sentenças foram codificadas de acordo com o tipo de *disclosure* apresentado, tomando-se por base o estudo de Nossa (2002) na definição dos tipos de *disclosure*. Nesse sentido, fundamentando-se em Salomone e Galluccio (2001), Gray *et al.* (*apud* Nossa, 2002), e Hackston e Milne (*apud* Nossa, 2002), as categorias de tipos de *disclosure* consideradas neste estudo são listadas a seguir.

- Tipo 1 – Declarativa: quando somente a informação qualitativa é apresentada e expressa em termos puramente descritivos;
- Tipo 2 – Quantitativa não-monetária: quando a informação quantitativa é apresentada e expressa em números de natureza não financeira;
- Tipo 3 – Quantitativa monetária: quando a informação quantitativa é apresentada e expressa em números de natureza financeira.
- Tipo 4 – Quantitativa monetária e não-monetária: quando a informação quantitativa é apresentada e expressa em números de natureza financeira e não-financeira.

Na análise dos resultados são destacados alguns trechos dos relatórios de administração que ilustram os tipos de *disclosure* enumerados. A identificação das sentenças com o tipo de *disclosure* quantitativo monetário permitiu identificar, de forma mais nítida, a presença da Contabilidade como fonte de informação de capital intelectual de maneira mais minuciosa.

Em síntese, a análise dos resultados considerou a validação do instrumento de estudo, a frequência das categorias de capital intelectual nas companhias estudadas, a frequência total das categorias e o tipo de *disclosure*, a influência de elementos específicos das companhias

(porte, setor e tamanho do relatório de administração) na evidenciação de informações sobre o capital intelectual, e a identificação de seções que pudessem ter alguma relação com as categorias ou subcategorias de capital intelectual consideradas para a realização da pesquisa.

3.5 Limitação do Método

Pode-se considerar como uma limitação deste estudo a não representatividade de todo o universo de companhias abertas brasileiras. Essa limitação é normal nas pesquisas documentais, pois se torna impraticável manusear uma quantidade excessiva de documentos, especialmente em se tratando da aplicação da técnica ‘análise de conteúdo’.

Outra limitação decorrente da técnica análise de conteúdo adotada e do tipo de pesquisa qualitativa é que os resultados podem ser influenciados pela subjetividade do pesquisador, pois ficam à mercê de seu grau de conhecimento sobre o assunto em estudo e à interpretação dos textos examinados, embora tenham sido realizados procedimentos metodológicos que buscassem reduzir o grau de subjetividade do pesquisador.

Como última limitação, cabe mencionar que a investigação restringiu-se ao conteúdo disponível nos documentos analisados (relatório de administração), não se recorrendo à ampliação das informações.

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

4.1 Consistência Interna do Instrumento de Análise

Para identificar a consistência interna do instrumento de análise, efetuou-se o teste de correlação de *Spearman* (ρ), cujos resultados são demonstrados na tabela a seguir, incluindo-se os coeficientes de determinação (C.D.):

Tabela 3 – Consistência Interna do Instrumento

	A (C.D)	B (C.D)	C (C.D)
Spearman's (ρ) A	-	0,677 (0,45)**	0,556 (0,31)**
B	0,677 (0,45)**	-	0,655 (0,43)**
C	0,556 (0,31)**	0,655 (0,43)**	-

** $p < 0,01$

A = Capital Humano; B= Capital Estrutural; C = Capital de Clientes

C. D. Coeficiente de Determinação

Nota: Excluída a Companhia Brasil Telecom (*outlier*)

Analisando os resultados apresentados conclui-se que as três categorias que compõem o instrumento de análise, além de correlacionarem-se de maneira altamente significativa ($p < 0,01$), possuem coeficientes de determinação também elevados. Isso quer dizer, por

exemplo, no caso das categorias A e B, que B estaria explicando 45 % da variância de A, C explicaria 31% da variável A e a variável B explicaria 43% da variancia de C.

Esses resultados positivos de correlação indicam que o instrumento parece medir um (1) conceito, possivelmente: o Capital Intelectual. Além disso, a confirmação da consistência interna do instrumento atesta a possibilidade de sua utilização em futuras pesquisas.

4.2 Frequência das Categorias de Capital Intelectual

O estudo apresenta os seguintes resultados relativos à frequência total das categorias de capital humano, capital estrutural e capital de clientes, incluindo-se o tipo de *disclosure* adotado pelas companhias para evidenciar essas informações. Os tipos de *disclosure* estão descritos no título 3.4.3

Tabela 4 – Frequência das Categorias de Capital Intelectual nas Companhias

Companhias	Capital Humano						Capital Estrutural						Capital de Clientes							
	Tipo 1	Tipo 2	Tipo3	Tipo 4	Total	%	Tipo 1	Tipo 2	Tipo3	Tipo 4	Total	%	Tipo 1	Tipo 2	Tipo3	Tipo 4	Total	%	Total	%
Alpargatas	5	1	0	0	6	1,7	24	2	0	0	26	3,2	9	1	0	0	10	3,6	42	2,9
Aracruz	9	8	1	3	21	6,0	59	7	0	0	66	8,1	11	6	0	0	17	6,2	104	7,2
Bradesco	10	1	0	4	15	4,3	33	18	1	2	54	6,7	30	4	0	0	34	12	103	7,2
Bradespar	0	0	0	0	0	0,0	2	0	0	0	2	0,2	3	0	0	0	3	1,1	5	0,3
Brasil Telec.	55	50	5	5	115	33,0	121	39	3	0	163	20,1	50	2	0	0	52	19	330	23,0
Brasken	19	3	2	1	25	7,2	35	8	0	0	43	5,3	10	3	0	1	14	5,1	82	5,7
Cedro	4	1	0	0	5	1,4	19	0	2	0	21	2,6	1	0	0	0	1	0,4	27	1,9
Cemig	10	2	0	8	20	5,7	68	16	4	8	96	11,8	19	6	0	0	25	9,1	141	9,8
Cia Hering	2	0	0	0	2	0,6	5	0	0	0	5	0,6	5	2	0	0	7	2,5	14	1,0
Confab	2	1	0	0	3	0,9	0	0	1	0	1	0,1	4	1	1	0	6	2,2	10	0,7
Gerdau	17	6	3	4	30	8,6	3	0	1	0	4	0,5	0	0	0	0	0	0	34	2,4
Itaubanco	0	0	2	0	2	0,6	3	1	4	0	8	1,0	2	0	0	0	2	0,7	12	0,8
Itausa	4	2	4	0	10	2,9	34	10	6	0	50	6,2	2	1	0	0	3	1,1	63	4,4
Klabin S/A	1	0	0	0	1	0,3	26	5	0	0	31	3,8	6	3	0	0	9	3,3	41	2,9
Mangels Indl	0	0	0	0	0	0,0	9	0	0	0	9	1,1	0	0	0	0	0	0	9	0,6
P. Açúcar	14	7	0	8	29	8,3	51	1	6	11	69	8,5	10	5	0	1	16	5,8	114	7,9
Perdigão S/A	0	0	0	1	1	0,3	9	3	1	2	15	1,8	15	2	0	0	17	6,2	33	2,3
Randon Part	11	5	0	0	16	4,6	19	4	0	0	23	2,8	8	1	0	0	9	3,3	48	3,3
Ripasa	0	0	0	0	0	0,0	4	0	0	0	4	0,5	0	0	0	0	0	0	4	0,3
Rossi Resid.	0	0	0	0	0	0,0	1	0	0	0	1	0,1	1	0	0	0	1	0,4	2	0,1
Sadia S/A	1	0	0	1	2	0,6	4	0	0	0	4	0,5	6	0	0	0	6	2,2	12	0,8
Suzano	7	0	0	0	7	2,0	14	0	0	1	15	1,8	1	0	0	0	1	0,4	23	1,6
Tran Paulist	10	6	0	5	21	6,0	51	9	0	2	62	7,6	6	2	0	0	8	2,9	91	6,3
Unibanco	2	7	2	0	11	3,2	11	1	2	0	14	1,7	3	6	0	0	9	3,3	34	2,4
UnibancoHLD	0	0	0	0	0	0,0	0	0	0	0	0	0,0	0	0	0	0	0	0	0	0,0
V C P	1	0	0	0	1	0,3	1	0	0	0	1	0,1	2	0	0	0	2	0,7	4	0,3
Vale R Doce	0	0	0	0	0	0,0	12	3	4	0	19	2,3	1	0	0	0	1	0,4	20	1,4
Vigor	0	0	0	0	0	0,0	0	0	0	0	0	0,0	0	0	0	0	0	0	0	0,0
Weg	0	0	3	2	5	1,4	3	0	3	0	6	0,7	22	0	1	0	23	8,3	34	2,4
Total	184	100	22	42	348	100	621	127	38	26	812	100	227	45	2	2	276	100	1436	100
Total %	52,9	28,7	6,3	12,1	100		76,5	15,6	4,7	3,2	100		82,2	16,3	0,7	0,7	100			

Através da visualização da tabela pode-se verificar que a **Companhia Brasil Telecom**, a quinta listada, apresentou a maior frequência de sentenças em todas as categorias de capital intelectual, com 115 sentenças em capital humano, representando 33% das sentenças nessa categoria; 163 sentenças em capital estrutural, representando 20,1% do total de sentenças nessa categoria; e 52 sentenças referindo-se ao capital de clientes, constituindo 18,85 % das sentenças alocadas para essa categoria.

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

Identificou-se como segunda classificada na categoria capital humano, com 8,6% das sentenças, a **Companhia Gerdau**. Na categoria capital estrutural, com 11,8% das sentenças, classificou-se em segundo lugar a **Companhia Cemig**. Na categoria capital de clientes, destacou-se em segundo lugar a **Companhia Bradesco**, com 12,3% das sentenças alocadas nessa categoria.

A visualização da tabela permite, ainda, observar que sete companhias (24,1%) não apresentaram nenhum tipo de informação sobre a categoria capital humano, duas companhias (6,9%) não apresentaram qualquer informação sobre o capital estrutural e cinco companhias (17,2%) não evidenciaram informações sobre o capital de clientes.

Observou-se, ainda, a elevada utilização do *disclosure* quantitativo não-monetário pela Companhia Brasil Telecom. A companhia apresentou 50 sentenças com esse tipo de *disclosure* na categoria capital humano (43,47%), apresentando informações como, por exemplo, média de horas em treinamento, quantidade de colaboradores por função e distribuição por grau de instrução. Na categoria capital estrutural foram codificadas 39 sentenças nessa companhia (23,93%), preferência que, em parte, pode ser explicada pela utilização desse tipo de *disclosure* (tipo 2) na evidenciação das informações referentes às metas de qualidade.

Destaca-se que a análise estatística descritiva apresentou como pontos de mínimo e máximo nas categorias capital humano (A), capital estrutural (B) e, capital de clientes (C) os seguintes resultados: $A_{P_{Max}} = 115$, $A_{P_{min}} = 0$; $B_{P_{Max}} = 163$, $B_{P_{min}} = 0$; $C_{P_{Max}} = 52$, $C_{P_{min}} = 0$. Constatou-se que os resultados dos pontos máximos referem-se à frequência de categorias evidenciadas pela Companhia Brasil Telecom.

Os resultados elevados de frequência das sentenças sobre capital intelectual nessa companhia, comparados com a frequência da evidenciação das demais companhias do universo, indicam um caso de *outlier*, melhor visualizado através do gráfico a seguir.

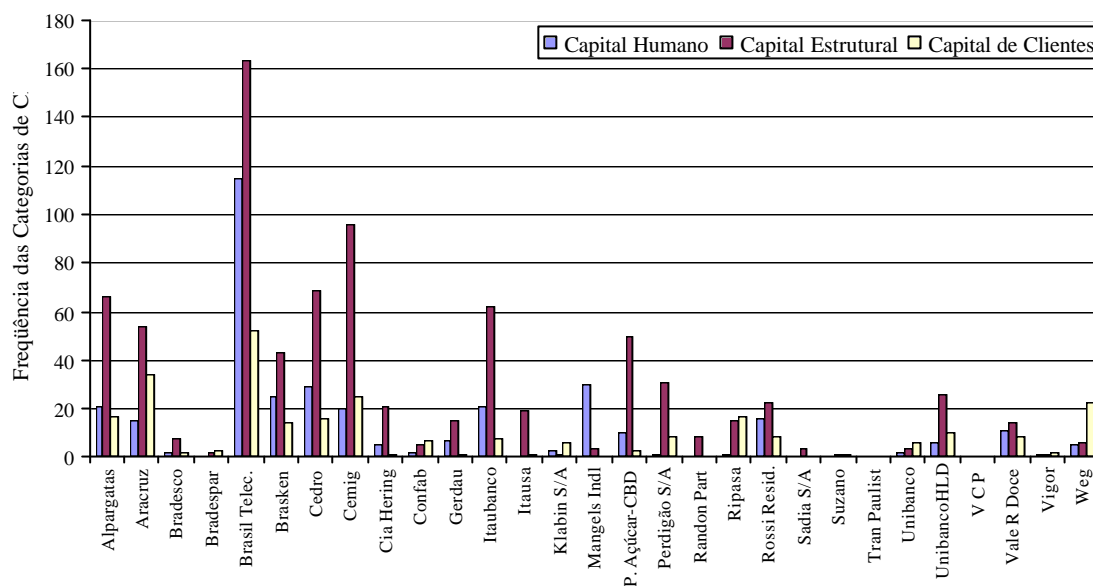


Gráfico 6 – Frequência das Categorias de Capital Intelectual nas Companhias

Nesse sentido, visando evitar influências exageradas nos resultados, essa companhia foi excluída dos testes estatísticos (inclusive do teste de correlação de *Spearman* (ρ), apresentado no item 4.1).

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

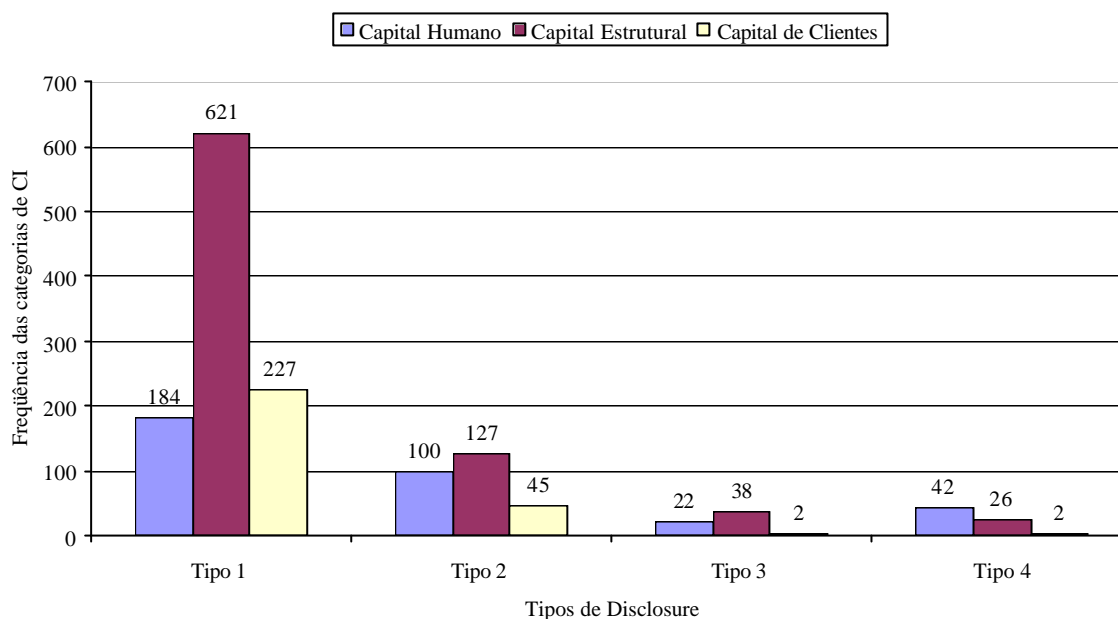
Nos itens que seguem é dada ênfase à frequência das categorias de uma forma geral no universo de companhias estudadas, detalhando-se as subcategorias e os respectivos tipos de *disclosure*.

4.3 Tipo de *Disclosure* nas Categorias de Capital Intelectual

Nesta análise objetiva-se verificar se as informações referentes ao capital intelectual das companhias analisadas estão sendo evidenciadas de forma apenas **declarativa** ou se existem dados divulgados sob a forma **quantitativa não-monetária** ou **monetária**, o que seria um indício bastante forte da presença da Contabilidade na geração dessas informações.

Dessa forma, apresenta-se a frequência total das companhias em relação ao tipo de *disclosure* nas três categorias de capital intelectual.

O Gráfico 7, a seguir, apresenta a frequência total das três categorias de capital intelectual no universo analisado e os respectivos tipos de *disclosure* utilizados para evidenciar as informações.



Tipo 1 – Declarativa
 Tipo 2 – Quantitativa não-monetária
 Tipo 3 – Quantitativa monetária
 Tipo 4 – Quantitativa monetária e não-monetária

Gráfico 7 – Tipo de *Disclosure* de Capital Intelectual

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

Considerando que a Contabilidade se expressa através de informações quantitativas não-monetárias (físicas) e quantitativas monetárias (financeiras), pode-se concluir que há evidências de sua colaboração direta em 28,1% (18,9% + 4,3% + 4,9%) das sentenças

computadas nos relatórios de administração, que dizem respeito ao capital intelectual das companhias.

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

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

A seguir, procede-se à análise individual das categorias e subcategorias relacionando-as ao tipo de *disclosure* utilizado.

4.3.1 Tipo de *disclosure* por categoria e subcategorias de capital humano

Os resultados relativos ao número de sentenças por tipo de categoria e subcategorias de capital humano e o tipo de *disclosure*, podem ser visualizados da tabela a seguir:

Tabela 5 – Tipo de *Disclosure* por Categoria e Subcategorias de Capital Humano

Categoria/Tipo de <i>Disclosure</i>	Tipo 1	%	Tipo 2	%	Tipo 3	%	Tipo 4	%	Total	%
1.1 Ativo/Recurso	12	6,5	0	0,0	0	0,0	0	0,0	12	3,4
1.2 Incentivo a Novas Idéias	7	3,8	3	3,0	0	0,0	1	2,4	11	3,2
1.3 Inv. Educ. Func.	3	1,6	6	6,0	3	13,6	3	7,1	15	4,3
1.4 Treinam./Desenv./Capac.	55	29,9	30	30,0	5	22,7	6	14,3	96	27,6
1.5 Retenção de Talentos	25	13,6	3	3,0	2	9,1	6	14,3	36	10,3
1.6 Captação de Talentos	7	3,8	9	9,0	0	0,0	0	0,0	16	4,6
1.7 Qualif. Prof. (nº de ger.)	0	0,0	10	10,0	0	0,0	0	0,0	10	2,9
1.8 Nível de Escolaridade	4	2,2	10	10,0	0	0,0	0	0,0	14	4
1.9 <i>Turnover</i>	2	1,1	1	1,0	0	0,0	0	0,0	3	0,9
1.10 Benefícios	39	21,2	12	12,0	11	50,0	26	61,9	88	25,3
1.11 Clima Organizacional	30	16,3	16	16,0	1	4,5	0	0,0	47	13,5
Total Capital Humano	184	100	100	100	22	100	42	100	348	100
Total % Capital Humano	52,9		28,7		6,3		12,1		100	

Tipo 1 – Declarativa

Tipo 2 – Quantitativa não-monetária

Tipo 3 – Quantitativa monetária

Tipo 4 – Quantitativa monetária e não-monetária

A pesquisa evidenciou que das 348 sentenças relativas à categoria capital humano, 184 (52,9%) referem-se ao tipo de *disclosure* constituído por informações declarativas, 100 (29,7%) por informações quantitativas não-monetárias, 22 (6,3%) por informações quantitativas monetárias e 42 (12,1%) por informações expressas em números de natureza financeira e não-financeira (monetária e não-monetária).

A subcategoria **treinamento/desenvolvimento/capacitação** dos funcionários apresentou o maior número de sentenças referentes ao capital humano (96 ou 27,6%), sendo que destas, 55 (57,29%) apresentavam-se em forma declarativa e 30 (31,25%) eram do tipo quantitativa não-monetária. Pode-se ilustrar esse tipo de evidenciação, tomando-se por base o relatório de administração da Companhia de Transmissão de Energia Elétrica Paulista, onde consta:

com o objetivo de garantir a reciclagem e a atualização, constantes, de conhecimentos, a Transmissão Paulista ofereceu em 2003 treinamento a diferentes áreas da Companhia, totalizando 11.097 participações de empregados em programas de gestão, tecnologia, institucional e técnica de informação. Foram 115.512 homens-hora treinados em 812 turmas, representando 37,4 horas de treinamento por empregado no ano de 2003.

Observa-se que a companhia apresentou informações quantitativas sobre a reciclagem e atualização dos conhecimentos de seus funcionários, no entanto, não disponibilizou o valor monetário dos gastos realizados nessas atividades. Como exemplo de informação quantitativa monetária e não-monetária, transcreve-se a evidenciação apresentada pela Companhia Gerdau: “em 2003, as empresas Gerdau investiram R\$ 20,5 milhões em treinamento e desenvolvimento dos seus colaboradores, totalizando 63 horas por pessoa”. Essas informações do tipo quantitativa monetária e não-monetária foram apresentadas em 12,1% das sentenças.

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

Como se pode observar o estudo indica relação positiva entre os investimentos em educação e capacitação/desenvolvimento dos funcionários e os resultados organizacionais, contudo, há de se considerar que o resultado organizacional é influenciado por inúmeras variáveis como, por exemplo, qualidade dos produtos, preço, inovação, estratégias

empresariais, condições de mercado, embora muitas dessas variáveis possuam relação direta ou indireta com o nível de qualificação dos funcionários.

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

Em segundo lugar classificou-se a subcategoria **benefícios**, com 25,3% das sentenças nesta categoria, apresentando 26 sentenças do tipo informações quantitativas monetárias e não-monetárias (tipo 4), o que representa 29,54% das informações codificadas nessa subcategoria e o maior número de sentenças para esse tipo de *disclosure*. Para exemplificar esse tipo de *disclosure* em ‘benefícios’ recorre-se ao exposto pela Gerdau S/A: “Em 2003, a Fundação Gerdau investiu R\$ 59,8 milhões na área da saúde para mais de 40 mil beneficiários”.

A subcategoria **clima organizacional** situou-se em terceiro lugar, com 13,5% das sentenças. Nesse sentido, sobressai-se o exposto pela companhia Itausa Investimentos: “Destaca-se, ainda, a pesquisa de clima organizacional Fale Francamente, realizada pelo Banco Itaú. Na sua terceira edição, a pesquisa revelou um índice geral de satisfação de 78% e continua a indicar caminhos de melhoria nos processos de gestão de pessoas”. Essas informações revelam a preocupação da companhia em proporcionar um clima favorável ao bom desempenho de seus funcionários.

No que se refere à subcategoria **ativo/recurso**, buscou-se identificar nos discursos das companhias analisadas o grau de importância, atribuído de forma explícita, aos seus funcionários. Observou-se que apenas 3,4% das companhias se referem aos funcionários como um ativo ou recurso organizacional. Salienta-se que para alocar a sentença a essa subcategoria, não foi considerada apenas a ocorrência dos termos ‘ativo/recurso’, mas a interpretação como agentes importantes na formação do resultado organizacional. Nesse sentido, destacam-se algumas expressões utilizadas pelas companhias para demonstrar a valorização de seus funcionários:

A companhia Braskem S/A, por exemplo, considera a contribuição das pessoas no resultado organizacional ao declarar: “nossas práticas estão pautadas na crença de que o envolvimento e a participação das pessoas no planejamento dos objetivos e metas empresariais asseguram o comprometimento com os resultados”. Da mesma forma, a Companhia Votorantin Celulose e Papel registra em seu relatório que “programas capacitam a empresa para a gestão efetivamente voltada à geração de valor agregado, com o aprendizado contínuo de seus profissionais”. A expressão ‘programas’, refere-se aos programas de recursos humanos; qualidade total e *business intelligence*, por exemplo.

A companhia Cemig considera o desenvolvimento dos empregados como seu diferencial competitivo ao declarar: “o desenvolvimento dos empregados em todos os níveis, através da formação, aperfeiçoamento e especialização é preocupação constante da CEMIG, que reconhece nesse aspecto o diferencial competitivo para as práticas do mercado”, e a Companhia Itausa considera o “talento humano, como fator diferencial de competitividade”.

A Companhia Randon S/A, através do conteúdo da visão, considera as pessoas responsáveis pela sua continuidade, ao mencionar no relatório:

Pessoas alegres, inovadoras, trabalhando juntas para, com seus resultados, perpetuar as empresas Randon”. Essa é a visão das empresas Randon no que se refere à gestão de pessoas. Para cumprir essa visão as pessoas são assistidas com bem-estar e desenvolvimento, para obtenção de seu comprometimento e alto desempenho.

Nas empresas Randon as pessoas fazem a diferença, por isso a gestão dos recursos humanos tem como foco colocar as empresas em níveis de qualidade e resultados que satisfaçam clientes, funcionários e comunidade.

Já, a companhia São Paulo Alpargatas, é a única que se refere aos funcionários utilizando o termo ‘capital humano’: “o foco das ações em gestão de pessoas foi a implementação de programas que visaram desenvolver o capital humano da Alpargatas”.

A Brasil Telecom atribui às pessoas os méritos pelo sucesso e superação de desafios ao declarar:

Consciente de que as pessoas são as responsáveis pelo sucesso e superação de desafios, principalmente em um setor de constantes mudanças e num mercado onde a qualidade do serviço é primordial, a Brasil Telecom desenvolveu programas com foco em reconhecimento pelo sucesso, e apoio no alcance de resultados.

Essa companhia, inclusive, é a única que cita em seu relatório de administração o termo ‘capital intelectual’: “A Brasil Telecom procura gerenciar o capital intelectual, valorizando os talentos internos e proporcionando carreira e desenvolvimento profissional”.

Pode-se perceber, através da análise das subcategorias da categoria capital humano, que as companhias, de maneira geral, demonstram ao público externo a intenção em manter os colaboradores satisfeitos, através da profissionalização, benefícios e clima organizacional satisfatório. Essa estratégia, sob o ponto de vista da organização, possui, logicamente, a premissa de que trabalhadores satisfeitos desempenham suas funções com motivação, produzindo melhores resultados, não obstante, permite-se concluir que as companhias analisadas reconhecem a contribuição efetiva dos funcionários na criação de riqueza, mesmo não o fazendo explicitamente, como visto anteriormente. Para efeitos de divulgação externa, a

evidenciação dessas informações permite ao usuário traçar expectativas otimistas com relação à continuidade do negócio e ao retorno do investimento.

4.3.2. Tipo de *disclosure* por categoria e subcategorias de capital estrutural

O tipo de *disclosure* e a frequência referente ao número de sentenças na categoria e nas subcategorias de capital estrutural se apresentam como segue:

Tabela 6 – Tipo de *Disclosure* por Categoria e Subcategorias de Capital Estrutural

Categoria/Tipo de Disclosure	Tipo 1	%	Tipo 2	%	Tipo 3	%	Tipo 4	%	Total	%
2.1 Qualidade em TI	14	2,3	1	0,8	1	2,6	0	0,0	16	2
2.2 Investimentos em TI	44	7,1	4	3,1	9	23,7	1	3,8	58	7,1
2.3 Propriedade Intelectual	0	0,0	1	0,8	0	0,0	0	0,0	1	0,1
2.4 Patentes	3	0,5	3	2,4	0	0,0	0	0,0	6	0,7
2.5 Direitos Autorais	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0
2.6 Qualidade dos Prod/Serv.	33	5,3	40	31,5	2	5,3	0	0,0	75	9,2
2.7 Inovação/P&D	20	3,2	4	3,1	1	2,6	1	3,8	26	3,2
2.8 Marcas Corporativas	6	1,0	0	0,0	3	7,9	0	0,0	9	1,1
2.9 Marcas de Produtos	12	1,9	2	1,6	0	0,0	0	0,0	14	1,7
2.10 Cultura Organizacional	14	2,3	0	0,0	0	0,0	0	0,0	14	1,7
2.11 Práticas Ambientais	103	16,6	21	16,5	5	13,2	8	30,8	137	16,9

2.12 Responsabilidade Social	259	41,7	46	36,2	16	42,1	16	61,5	337	41,5
2.13 Governança Corporativa	113	18,2	5	3,9	1	2,6	0	0,0	119	14,7
Total Capital Estrutural	621	100	127	100	38	100	26	100	812	100
Total % Capital Estrutural	76,5		15,6		4,7		3,2		100	

Tipo 1 – Declarativa

Tipo 2 – Quantitativa não-monetária

Tipo 3 – Quantitativa monetária

Tipo 4 – Quantitativa monetária e não-monetária

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

A subcategoria **responsabilidade social** apresenta a maior frequência na categoria capital estrutural (41,5%), seguida das **práticas ambientais** (16,9%) e da **governança corporativa** (14,7%).

A inclusão dessas três subcategorias na categoria capital estrutural, levou em conta as ações da administração que possam impactar positivamente na percepção do seu público externo, seja a comunidade, no caso da responsabilidade social e das práticas ambientais, ou os acionistas, no caso da governança corporativa, convertendo-se em criação de valor a partir do bom relacionamento com esses públicos.

Nota-se que o tipo de informação puramente declarativa é preponderante na categoria capital estrutural, pois foi evidenciado em 76,5% das sentenças. Como exemplo, pode-se citar uma frase do relatório de administração da Companhia Aracruz, a qual apresentou 15 sentenças sobre **investimentos em tecnologia da informação** utilizando o tipo de *disclosure* declarativo.

Foram implementadas ações para aumentar a performance, a disponibilidade, a segurança e o gerenciamento do ambiente de TI e telecomunicações, integrando os aplicativos corporativos e da área industrial, além da ampliação da rede de canais de voz sobre IP que interliga todas as unidades, incluindo Guaíba, com a integração das centrais PABX e conseqüente redução dos custos.

Pode-se atribuir como causa do número mais elevado de *disclosure* do tipo 1 (declarativo) à categoria capital estrutural, o fato da Companhia Brasil Telecom apresentar um relatório social qualitativo contendo informações sobre projetos culturais, sociais e esportivos, resultando em 93 sentenças codificadas para a subcategoria responsabilidade social, relacionadas a esse tipo de *disclosure*.

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

Na subcategoria **qualidade dos produtos e serviços** são apresentadas 40 sentenças (53,33%) evidenciando informações quantitativas não-monetárias. Esse fato é explicado pela apresentação de uma tabela com indicadores quantitativos de qualidade no relatório de administração da Companhia Brasil Telecom S/A, por determinação da ANATEL tendo sido, em decorrência disso, codificadas 36 sentenças com o tipo de *disclosure* 2. A referida tabela de metas da qualidade contém indicadores como: a taxa de atendimento de solicitações de reparo de usuários residenciais em até 24 horas e a taxa de atendimento por telefone ao usuário do STFC em até 10 segundos.

É imperativo destacar a presença do tipo de *disclosure* quantitativo monetário referindo-se ao valor das **marcas corporativas**, transparecendo os esforços no sentido de

atribuir valor a esse ativo intangível. O estudo evidenciou a presença tímida de sentenças referindo-se à marca corporativa (9), das quais seis sentenças foram apresentadas com *disclosure* declarativo e três com o tipo de *disclosure* quantitativo monetário.

O relatório do Banco Itaú expressa o valor monetário da marca corporativa da seguinte forma: “Pela segunda vez consecutiva, a Interbrand, líder mundial em consultoria de marcas, considerou a marca Itaú como a de maior valor do Brasil, avaliada em US\$ 1.093 milhões”.

A Companhia Perdigão S/A também faz uso de *disclosure* quantitativo monetário nas informações sobre a marca:

A Perdigão foi considerada uma das marcas mais valiosas do Brasil, avaliada em US\$ 100 milhões, segundo estudo realizado pela Interbrand. O resultado revela quanto as marcas representam efetivamente para os seus acionistas e contém avaliações dos indicadores financeiros, como vendas, rentabilidade, liquidez e nível de endividamento, e de marketing, excluindo-se o risco do negócio.

A Companhia Sadia S/A também se refere ao valor da marca corporativa, contudo, não expressa o seu valor monetário: “Em 2003, mais uma vez, a Sadia foi apontada como a marca mais valiosa do setor de alimentos brasileiro pela consultoria britânica Interbrand”.

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

4.3.3 Tipo de *disclosure* por categoria e subcategorias de capital de clientes

A frequência da categoria e subcategorias de capital de clientes e os tipos de *disclosure* podem ser observados na tabela a seguir:

Tabela 7 – Tipo de *Disclosure* por Categoria e Subcategorias de Capital de Clientes

Categoria/Tipo de Discl.	Tipo 1	%	Tipo 2	%	Tipo 3	%	Tipo 4	%	Total	%
3.1 Carteira de Clientes	1	0,4	7	15,6	0	0,0	0	0,0	8	2,9
3.2 Lealdade/Fidel. Dos Clientes	7	3,1	0	0,0	0	0,0	0	0,0	7	2,5
3.3 Captação de Clientes	22	9,7	6	13,3	0	0,0	0	0,0	28	10,1
3.4 Retenção de Clientes	6	2,6	0	0,0	0	0,0	0	0,0	6	2,2
3.5 Satisfação do Cliente	7	3,1	5	11,1	0	0,0	0	0,0	12	4,3
3.6 Investim. em TI /Cliente	4	1,8	1	2,2	0	0,0	0	0,0	5	1,8
3.7 Suporte ao Cliente	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
3.8 Parcerias Clientes/Fornec.	16	7,0	4	8,9	0	0,0	0	0,0	20	7,2
3.9 Relac. com Cliente/Fornec.	24	10,6	3	6,7	0	0,0	1	50,0	28	10,1
3.10 Participação no Mercado	28	12,3	13	28,9	1	50,0	1	50,0	43	15,6
3.11 Treinamento do Cliente	4	1,8	0	0,0	0	0,0	0	0,0	4	1,4

3.12 Inovação Focada no Cliente	7	3,1	0	0,0	0	0,0	0	0,0	7	2,5
3.13 <i>Empowerment</i> do Cliente	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
3.14 Customização	0	0,0	0	0,0	1	50,0	0	0,0	1	0,4
3.15 Contratos de Franquias	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
3.16 Contratos de Licenças	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
3.17 Repetitividade dos Negócios	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0	0	0,0
3.18 Imagem da Empresa	101	44,5	6	13,3	0	0,0	0	0,0	107	38,8
Total Capital de Clientes	227	100	45	100	2	100	2	100	276	100
Total % Capital de Clientes	82,2		16,3		0,7		0,7		100	

Tipo 1 – Declarativa

Tipo 2 – Quantitativa não-monetária

Tipo 3 – Quantitativa monetária

Tipo 4 – Quantitativa monetária e não-monetária

Percebe-se que das 276 sentenças relativas à categoria capital de clientes, 227 (82,2%) são declarativas, 45 (16,3%) informações quantitativas não-monetárias, 2 (0,7%) informações quantitativas monetárias e 2 (0,7%) informações de natureza monetária e não-monetária.

Destaca-se o número de sentenças apresentado na subcategoria **imagem da empresa** (107 sentenças ou 38,8%), na qual foram incluídas as declarações que se referiam a imagem da empresa, propriamente dita, e os prêmios recebidos como reconhecimento do público externo ao trabalho efetuado pela companhia, deixando transparecer uma imagem positiva no mercado. Ressalta-se que os prêmios foram codificados incondicionalmente nesta subcategoria, independente do seu conteúdo como, por exemplo, a conquista do prêmio pela Companhia Perdigão S/A ‘Modelo em Responsabilidade Social atribuído pelo Guia de Boa Cidadania Corporativa da Revista Exame, em parceria com o Instituto Ethos e o GIFE – Grupo de Instituto Fundações e Empresas’.

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

Há, também, preponderância de informações de tipo quantitativa não-monetária evidenciadas na subcategoria **carteira de clientes** das companhias, representando 87,5% das sentenças alocadas (7/8), apesar dessa subcategoria representar somente 2,9% do total de sentenças da categoria capital de clientes. Pode-se ilustrar esse tipo de informação com o apresentado pelo Unibanco: “Ao longo do ano de 2003 foram abertas 702 mil novas contas correntes. Ao final do ano, a base de correntistas, somada ao número de poupadores e aposentados, totalizava 6,0 milhões de clientes sob a marca Unibanco”.

Nota-se que a informação contida na primeira sentença refere-se à subcategoria captação de clientes e a segunda apresenta o número de clientes que compõem a sua carteira de clientes.

Torna-se oportuno, ainda, tecer algum comentário sobre a subcategoria **satisfação do cliente**, pois é possível considerá-la como um ‘termômetro’ para a companhia em relação às estratégias organizacionais, pois corroborando com a posição de Edvinsson e Malone (1998), é no relacionamento com os clientes que o fluxo de caixa se inicia. Portanto, as medidas de satisfação do cliente funcionam como um sistema de *feedback*, onde a opinião do cliente representa sua percepção em relação às estratégias empresariais. Nesse sentido, destaca-se um trecho do relatório apresentado pela Companhia de Transmissão de Energia Elétrica Paulista:

Visando obter um diagnóstico sobre o grau de satisfação dos clientes quanto à qualidade dos serviços de operação em tempo real, prestados pelos centros de operação da Transmissão Paulista, foi implantada pesquisa de satisfação junto aos clientes externos, envolvendo 31 centros de operação de 26 empresas concessionárias de geração e distribuição de energia elétrica que utilizam os serviços da Companhia. Foram considerados os aspectos comunicação verbal, comunicação escrita e enfoque técnico no tempo real. O período pesquisado foi de julho/2002 a julho/2003 e constatou-se que 87,5% dos nossos clientes estão satisfeitos. A pesquisa subsidiará a identificação de pontos de

melhoria, para que ações possam ser adotadas, em consonância com os requisitos da NBR ISO 9001:2000, de forma a aprimorar a qualidade do serviço prestado.

A **participação no mercado** apresentou-se como a segunda subcategoria com maior número de sentenças na categoria capital de clientes (15,6%), podendo-se ilustrar com o apresentado pela companhia Randon, para o tipo de informação quantitativa não-monetária: “A participação de mercado alcança 42% de um total de produção nacional estimada em 27 mil unidades”.

4.4 Categorias de Capital Intelectual e Elementos Específicos das Companhias

4.4.1 Categorias de capital intelectual e setores de atividade

A quantidade de sentenças relacionadas ao capital intelectual, agrupadas por setor de atividade das companhias, é demonstrada na tabela que segue:

Tabela 8 – Categorias de Capital Intelectual nos Setores de Atividade

Setor de Atividade	Capital Humano	CH%	Capital Estrutural	CE%	Capital de Clientes	CC%	Total	Total%
Bens Industriais	21	6,04	29	3,57	32	11,58	82	5,7
Construção e Transporte	0	0	1	0,12	1	0,4	2	0,1
Consumo Cíclico	13	3,75	52	6,4	18	6,52	83	5,8
Consumo Não Cíclico	32	9,18	88	10,84	39	14,13	159	11,1
Financeiro e outros	38	10,34	128	14,78	51	17,75	217	15,1
Materiais Básicos	88	25,29	193	22,67	50	18,11	331	23,1
Telecomunicações	115	33,04	163	20,07	52	18,83	330	23,0

Utilidade Pública	41	12,36	158	21,55	33	12,68	232	16,2
Total	348	100	812	100	276	100	1436	100

Os setores **materiais básicos**, **telecomunicações** e **utilidade pública** apresentaram o maior número de sentenças de capital intelectual em seus relatórios de administração, com 23,1%, 23% e 16,2%, respectivamente, do total de sentenças, destacando-se informações sobre a categoria capital estrutural.

Justifica-se essa posição, na medida em que o setor de **materiais básicos** é o setor que reúne maior número de companhias (10), o setor de **telecomunicações**, embora com apenas uma companhia (Brasil Telecom) que apresenta, porém, o maior número de sentenças sobre capital intelectual, e o setor de **utilidade pública**, com 2 companhias, possui na Cemig a segunda companhia com maior número de sentenças em capital estrutural (96 sentenças ou 11,8%).

Para verificar se as frequências das categorias são significativamente diferentes de um setor para outro, foi utilizado o teste ANOVA (análise de variância), com níveis de significância de 5%, cujo resultado indica que as diferenças não são significativas ($p > 0,05$). Salienta-se que para os testes estatísticos foram excluídos dois setores, telecomunicações (2) e construção e transporte (5), pelo fato de ambos apresentarem apenas uma companhia, e assim, prejudicarem a consecução do teste estatístico.

É possível supor que o setor de telecomunicações tenderia a praticar maior evidenciação de informações sobre o capital intelectual, entretanto não se pode confirmar esse raciocínio devido à baixa representatividade desse setor para o estudo, tendo em vista que é representado no universo de pesquisa por apenas uma companhia, direcionando-se os méritos

estritamente à companhia Brasil Telecom, por deter a maior frequência de sentenças codificadas.

4.4.2 Categorias de capital intelectual, tamanho dos relatórios de administração e porte das companhias

Computou-se a frequência de capital intelectual nos documentos analisados considerando o tamanho dos relatórios de administração e o porte das companhias, conforme Tabela 9, a seguir:

Tabela 9 – Porte da Companhia, Tamanho do Relatório e Categoria de Capital Intelectual

Nº	Companhia	Porte/Receita Bruta (mil reais)	Tamanho (nº laudas)	Capital Humano	Capital Estrutural	Capital de Clientes	Total Categorias
1	Alpargatas	12.062.504	10	6	26	10	42
2	Aracruz	3.356.563	13	21	66	17	104
3	Bradesco	1.245.792	45	15	54	34	103
4	Bradespar	3.390.118	15	0	2	3	5
5	Brasil Telec.	11.077.381	52	115	163	52	330
6	Brasken	12.544.672	32	25	43	14	82
7	Cedro	336.595	9	5	21	1	27
8	Cemig	7.967.945	33	20	96	25	141

9	Cia Hering	1.175.016	5	2	5	7	14
10	Confab	3.366.713	21	3	1	6	10
11	Gerdau	477.078	28	30	4	0	34
12	Itaubanco	27.529.706	7	2	8	2	12
13	Itausa	12.788.363	17	10	50	3	63
14	Klabin S/A	4.370.966	12	1	31	9	41
15	Mangels Indl	1.329.445	8	0	9	0	9
16	P. Açúcar-CBD	363.727	14	29	69	16	114
17	Perdigão S/A	1.474.836	14	1	15	17	33
18	Randon Part	189.587	19	16	23	9	48
19	Ripasa	5.855.435	5	0	4	0	4
20	Rossi Resid.	1.127.705	7	0	1	1	2
21	Sadia S/A	12.062.504	12	2	4	6	12
22	Suzano	15.782.967	8	7	15	1	23
23	Tran Paulist	14.495.764	16	21	62	8	91
24	Unibanco	20.218.656	14	11	14	9	34
25	Unibanco HLD	3.239.848	1	0	0	0	0
26	V C P	701.360	6	1	1	2	4
27	Vale R Doce	7.808.082	53	0	19	1	20
28	Vigor	910.159	2	0	0	0	0
29	Weg	2.015.111	8	5	6	23	34
Total		-	-	348	812	276	1436

Data base da Receita Bruta 31/12/2003

O grupo das companhias analisadas mostrou-se heterogêneo no que se refere ao número de laudas dos relatórios de administração, pois a companhia Vale do Rio Doce, por exemplo, apresenta um relatório de administração com 53 laudas, enquanto que a companhia Unibanco Holding apresenta um relatório com apenas uma lauda. A quantidade média de laudas observadas no conjunto das companhias analisadas é de 16,76 páginas.

O teste estatístico utilizado entre as variáveis, tamanho do relatório e a frequência das categorias de capital intelectual foi o teste de correlação de *Pearson*, apresentando os seguintes resultados:

Tabela 10 – Correlação entre Tamanho dos Relatórios e Categorias de Capital Intelectual

Teste Estatístico	A	B	C
<i>Pearson Correlation</i> (Tam /laudas) N 28	0,412*	0,437*	0,426*
Coeficiente de Determinação	0,169	0,19	0,181
<i>Sig. (2-tailed)</i>	0,029	0,020	0,024

* $p < 0,05$; N = 28 (excluída a companhia Brasil Telecom)

A = Capital Humano; B = Capital Estrutural; C = Capital de Clientes

Observando os resultados pode-se perceber, por exemplo, que para o tam/laudas e capital estrutural (B) o coeficiente de correlação linear entre as variáveis é de 41,2% com um nível de significância $p < 0,05$, sendo que o coeficiente de determinação entre estas variáveis é de 16,9%. Pode-se dizer, então que a frequência de informações sobre capital humano explica 16,9% da variação no tamanho dos relatórios (nº de laudas), a quantidade de informações sobre capital estrutural explica 19% e a evidenciação de capital de clientes explica essa variação em 18,1%.

Os achados demonstram a existência de correlação linear entre as variáveis testadas ao nível de significância $< 0,05$. Portanto, fica evidente que o **tamanho dos relatórios** possui força de relação linear entre a frequência das categorias capital humano, capital estrutural e capital de clientes, de outra forma, a variação no tamanho do relatório tem relação com a variação na frequência das categorias de capital intelectual.

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

4.5 Seções sobre Capital Intelectual nos Relatórios de Administração das Companhias

Outro exame mais qualitativo levado a efeito nos relatórios de administração visava identificar se havia seções específicas tratando de cada categoria de capital intelectual: capital humano, capital de clientes e capital estrutural.

Observou-se que nove companhias não apresentavam informações sobre o capital intelectual agrupadas em seções específicas, mesmo tendo-se considerado as subseções apresentadas nos documentos como seções, pois indicavam um agrupamento das informações sob uma denominação específica.

As informações sobre a categoria capital humano, disponibilizadas nos relatórios de administração, encontravam-se dispostas em seção especial em 15 companhias, sob as seguintes denominações: “recursos humanos”, “gestão de pessoas”, “gestão de pessoal”, “desenvolvimento de pessoas”, “pessoas” (Unibanco Pessoas).

No que se refere à categoria capital estrutural, foram encontradas informações em seções intituladas: “tecnologia” (4 companhias); “marketing” (2 companhias); “pesquisa & desenvolvimento e inovação” (4 companhias); “ambiental” (8 companhias); “responsabilidade social” (14 companhias) e “governança corporativa” (10 companhias).

Dentre as 29 companhias em estudo, três apresentavam no relatório de administração balanço social qualitativo e três balanço social quantitativo.

As informações acerca da categoria capital de clientes estavam evidenciadas sob as denominações: “satisfação do cliente” (2 companhias), “relacionamento com o cliente” (1), “reconhecimentos” (5 companhias) e “participação no mercado” (1 companhia).

No relatório da Companhia Aracruz Celulose pode-se observar informações dispostas sob as seguintes denominações: “criação de valor”; “satisfação do cliente”; “processos internos”; “aprendizado e desenvolvimento”, bastante semelhante à estrutura do *Balanced Scorecard*, (Kaplan; Norton, 1997), que mede o desempenho da organização através de medidas quantitativas e qualitativas em quatro perspectivas distintas: perspectiva financeira, perspectiva do cliente, perspectiva dos processos internos e perspectiva do aprendizado e crescimento.

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

5 CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES

5.1 Conclusão

O referencial estudado permitiu compreender a importância atribuída ao capital intelectual nas organizações contemporâneas. Essa importância é decorrente das mudanças no ambiente organizacional provocadas, principalmente, pela evolução tecnológica que acarretou maior evidência da contribuição do intelecto humano para a criação de valor organizacional.

O reconhecimento da contribuição do capital intelectual para a gestão das organizações vem provocando uma maior concentração de estudos no sentido de mensurar esses recursos, aprimorar sua contabilização e seu gerenciamento. Contudo, devido às suas características subjetivas, inerentes aos ativos intangíveis, esse processo é complexo e, por isso, requer procedimentos alternativos capazes de assistir aos usuários com informações sobre as estratégias empresariais na criação e agregação de capital intelectual.

A partir dessa perspectiva, a evidenciação do capital intelectual nos relatórios de administração surge como uma alternativa capaz de revelar aos *stakeholders* informações referentes ao mesmo, uma vez que se trata de um demonstrativo menos técnico e que abrange

informações dessa natureza, consideradas espontâneas, possibilitando aprimorar o processo de tomada de decisões dos usuários e, inclusive, cumprir os objetivos da Contabilidade no que se refere à evidenciação de informações que possam contribuir na avaliação de tendências e predições futuras.

Nesse sentido, este estudo teve como objetivo geral analisar as informações sobre capital intelectual, evidenciadas nos relatórios de administração de companhias abertas brasileiras. Para atender a esse objetivo geral foram traçados os seguintes objetivos específicos: determinar a frequência referente às categorias de capital intelectual, evidenciadas nos relatórios de administração; analisar a influência de elementos específicos de cada companhia na evidenciação de capital intelectual e identificar possíveis semelhanças entre o aspecto conceitual do capital intelectual e a forma de estruturação para efeitos de apresentação das referidas informações nos relatórios.

A análise considerou, inicialmente, a validação do instrumento de pesquisa, composto pelas categorias e respectivas subcategorias de capital intelectual, cujos resultados indicam a consistência interna do instrumento, validando-o, inclusive, para futuras pesquisas. Embora esse não tenha sido um dos objetivos iniciais da pesquisa, o desenvolvimento desse instrumento acabou revelando-se uma parte importante da pesquisa.

Considerando o objetivo de determinar a frequência das categorias de capital intelectual, evidenciadas nos relatórios de administração, pôde-se constatar a ocorrência de 1.436 sentenças com informações sobre capital intelectual nos relatórios de administração das companhias analisadas, sendo que a categoria capital estrutural obteve maior frequência (56,5%), seguida da categoria capital humano (24,2%) e capital de clientes (19,2). Na

categoria capital estrutural destacou-se a subcategoria ‘responsabilidade social’ com 41,5% das sentenças, na categoria capital de clientes evidenciou-se a subcategoria ‘imagem da empresa’ com 38,8% das sentenças e na categoria capital humano o destaque foi para a subcategoria ‘treinamento/desenvolvimento dos funcionários’ com 27,6% das sentenças.

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

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

A subcategoria treinamento/desenvolvimento dos funcionários obteve maior frequência na categoria capital humano e denota a preocupação das companhias em

evidenciar informações referentes a estratégias de desenvolvimento do capital humano. Contudo, ressalta-se que a preferência das companhias analisadas é evidenciar tais estratégias a partir de informações não-monetárias (88,54%), o que pode dificultar análises mais apuradas sobre as dimensões e resultados dessas estratégias de desenvolvimento profissional.

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

Em adição, estudou-se o tipo de *disclosure* praticado pelas companhias na evidenciação de informações referentes ao capital intelectual. O resultado da pesquisa indicou a presença de informações quantitativas monetárias em somente 9,28% das sentenças, indicando que a Contabilidade poderia estar contribuindo mais acentuadamente como fonte desse tipo informação, para proporcionar maior detalhamento e, possivelmente, maior utilidade e credibilidade às mesmas.

Com relação ao objetivo de identificar possíveis semelhanças entre o aspecto conceitual do capital intelectual e a forma de estruturação para efeitos de apresentação das referidas informações nos relatórios; pôde-se verificar que as companhias não dispõem de uma estrutura formal que abranja os três componentes de capital intelectual (capital humano, capital de cliente e capital estrutural), não se constatando, portanto, similaridade com as classificações propostas pelos autores referente aos elementos que compõem o capital

intelectual. Outra evidência da não similaridade é o fato de ter-se constatado a presença do termo capital intelectual em apenas um relatório.

Dessa forma, a partir deste estudo pode-se concluir que os relatórios de administração das companhias listadas em nível um de governança corporativa evidenciam informações sobre os componentes de capital intelectual. Essas informações não são concentradas em quadros ou seções para esse fim, encontrando-se dispersas no documento, excetuando-se a categoria capital humano que foi apresentada agrupada sob denominação específica em 51,7% dos relatórios.

Finalmente, dadas as evidências obtidas no estudo, pode-se considerar que a evidenciação de informações sobre capital intelectual nos relatórios de administração das companhias ainda é incipiente, considerando que o universo de companhias analisadas possui compromisso com a transparência, como propósito de governança corporativa, e, portanto, tende a ser o grupo de companhias com maior probabilidade de evidenciar esse tipo de informação, tendo em vista a importância que vem sendo atribuída a esses recursos nas organizações.

5.2 Recomendações

Dada a delimitação do presente estudo, vislumbra-se a possibilidade de realização de outros estudos sobre o tema, sugerindo-se:

- Realização de estudo sob a ótica dos *stakeholders* (investidores, acionistas, credores, governo, entre outros) acerca da utilidade da evidenciação do capital intelectual.
- Estudo comparativo considerando a evidenciação do capital intelectual em companhias brasileiras e estrangeiras.
- Proposta de um modelo para a evidenciação de capital intelectual nos relatórios de administração.
- Estudo comparativo sobre a evidenciação do capital intelectual considerando maior número de companhias concentradas em setores intensivos em conhecimento como, por exemplo, indústria farmacêutica e empresas de tecnologia.

REFERÊNCIAS

AICPA - *American Institute of Certified Public Accountants. AICPA Supports Improved Business Reporting*. In: CPA Letter, abril 2001. Disponível em: <http://www.findarticles.com/p/articles/mi_m0HYW/is_3_81/ai_73536946> Acesso em: 03 jul. 2004.

ANTUNES, Maria Thereza Pompa. **Contribuição ao Entendimento e Mensuração do Capital Intelectual**. São Paulo: FEA/USP. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis), Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, 1999.

APRIL, Kurt A; BOSMA, Paul; DEGLON, Dave A. *IC Measurement and Reporting: establishing a practice in AS mining*. *Journal of Intellectual Capital*. Bradford: 2003, Vol. 4, Iss.2 p. 165. Disponível em: <<http://proquest.umi.com/pqdweb?index=86&did=000000347688241&SrchMode=1&s...>> Acesso em: 15 dez. 2003.

BACKES, Rosemary G.; BIANCHI, Márcia; MACHADO, Débora G.; OLIVEIRA, Daniele D. **A Relação entre os Investimentos em Capital Humano e os Resultados Organizacionais**. XI Congresso Brasileiro de Custos. Porto Seguro, BA, 2004.

BARDIN, L. **Análise de Conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1995.

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

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

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

BUKH, Nikolaj. *et al. Disclosure fo Information on Intellectual Capital in Danisch IPO Prospectuses*. Agosto, 2003. Disponível em:

<http://www.pnbukh.com/PDF_ARTIKLER/IPO4UK%2030%20sept%202002%20final%20version.pdf> Acesso em: 02 jul. 2004.

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

CARVALHO, William Eustaquio de. **Caso Enron**: breve análise da empresa em crise. **Jus Navigandi**, Teresina, a. 9, n. 526, 15 dez. 2004. Disponível em: <<http://www1.jus.com.br/doutrina/texto.asp?id=6045>>. Acesso em 07 jan. 2005.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. **Normas Brasileiras de Contabilidade – NBC 1** – Das Características da Informação Contábil. Disponível em: <<http://www.cfc.org.br/legislacao/nbc/default.asp>> Acesso em: 18 fev. 2004.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. **Princípios Fundamentais e Normas Brasileiras de Contabilidade**. Brasília: CFC, 2003.

CRAWFORD, Richard. **Na Era do Capital Humano**: o talento, a inteligência e o conhecimento como forças econômicas, seu impacto nas empresas e nas decisões de investimento. São Paulo: Atlas, 1994.

CVM – Comissão de Valores Mobiliários. Deliberação Nº 29, de 05 de fevereiro de 1986. **Estrutura Conceitual Básica da Contabilidade**. Disponível em: <<http://www.cvm.gov.br/>> Acesso em: 14 fev. 2004.

CVM – Comissão de Valores Mobiliários. **Parecer de Orientação nº 15, de 28 de dezembro de 1987**. Disponível em: < <http://www.cvm.gov.br/>> Acesso em: 17 fev. 2004.

CVM – Comissão de Valores Mobiliários. **Parecer de Orientação nº 4, de 01 de Outubro de 1979**. Disponível em: < <http://www.cvm.gov.br/>> Acesso em: 28 jan. 2005.

DRUCKER, Peter F. **Uma Era de Descontinuidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 1970.

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

FASB. *Financial Accounting Standards Board. Improving Business reporting: Insights Into Enhancing Voluntary Disclosures*. 2001-a. Disponível em: <<http://fasb.org/brrp/BRRP2.PDF>> Acesso em: 29 jun. 2004.

FASB. *Financial Accounting Standards Board. FAS 141. Business Combinations*. Emitido em junho de 2001-b. Disponível em: < <http://www.fasb.org/st/summary/stsum141.shtml>> Acesso em: 11 de nov. de 2004.

FASB. *Financial Accounting Standards Board. FAS 142. Goodwill and other intangible assets*. Emitido em junho de 2001-c. Disponível em: <<http://www.fasb.org/st/summary/stsum142.shtml>> Acesso em: 11 de nov. de 2004.

FERREIRA, L. Nunes. **A Influência do Capital Intelectual no Valor das Ações das Companhias**: um estudo em instituições financeiras. São Leopoldo: UNISINOS. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis), Centro de Ciências Econômicas, 2004.

FIPECAFI - Fundação Instituto de Pesquisas Contábeis, Atuariais e Financeiras. **Manual de Contabilidade das Sociedades por Ações**: aplicável também às demais sociedades. Diretor responsável, Sérgio de Iudícibus; coordenador técnico, Eliseu Martins; supervisor de equipe de trabalho Ernesto, Rubens Gelbcke. 5 ed. São Paulo: Atlas, 2000.

FREITAS, Henrique M. R de; JANISSEK, Rakel. **Análise Léxica e Análise de Conteúdo**: técnicas complementares, sequenciais e recorrentes para exploração de dados qualitativos. Porto Alegre: Sphinx, 2000.

GIL, Antonio Carlos **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

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

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

IBGE – Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. **Estatísticas do Século XX**. Comunicação Social. 2003. Disponível em:<<http://www.ibge.gov.br/home/presidencia/noticias/pdf/29092003estatisticasecxx.pdf>> Acesso em: 05 jun. 2004.

IFAC – International Federation of Accountants. **The Measurement and Management of Intellectual Capital: an introduction. Study 7, September 1998**. Disponível em:<<http://www.ifac.org/Store/Details.tmpl?SID=95594106759874&Cart=10862968608511>> Acesso em: 03 jun. 2004.

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

IUDÍCIBUS, Sérgio de; MARION, José Carlos. **Introdução à Teoria da Contabilidade para o Nível de Graduação**. São Paulo: Atlas. 2 ed. 2000.

KAPLAN, Robert.S.; NORTON, David P. **A Estratégia em Ação: balanced scorecard**. 4. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

LASTRES, M. M. Helena; FERRAZ, João Carlos. Economia da Informação, do Conhecimento e do Aprendizado. In: LASTRES, M. M. Helena; ALBAGLI, Sarita (organizadoras). **Informação e Globalização na Era do Conhecimento**. Rio de Janeiro: Campus 1999.

LEI Nº 6.404 de 15 de dezembro de 1976. **Dispõe sobre as Sociedades por Ações**. Disponível em:< <http://www.cvm.gov.br/>> Acesso em: 16 fev. 2004.

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

LOPES, Mikhail. Por que as contas não fecham. In: **Revista Exame**. São Paulo. ed. 714, nº 10, p. 142-145, maio. 2000.

LOPES, Mikhail. Balanço de Idéias. In: **Revista Exame**. São Paulo, ed.766, n. 10, edição especial, p. 6-13, maio. 2002.

MAKOSKY, Hamilton Nogueira. **Levantamento de Critérios e Indicadores para Mensuração do Capital Intelectual em Instituições de Ensino Superior (IES):** ilustração através de raciocínio de cálculo. Universidade do Vale do Rio dos Sinos. Dissertação de Mestrado, 2003.

MOSCOVE, Stephen A.; SIMKIN, Mark G.; BAGRANOFF, Nancy A. **Sistemas de Informações Contábeis**. São Paulo: Atlas, 2002.

MOURITSEN, Jan. *et al.* **Intellectual Capital Statements - The New Guideline**. Coordenação: *Danish Ministry of Science, Technology and Innovation*. Disponível em: <http://www.videnskabsministeriet.dk/fsk/publ/2003/guideline_uk/guideline_uk.doc> Acesso em: 03 jul. 2004.

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

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

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

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

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

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

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

SILVA, Edna L. da; MENEZES, Estera M. **Metodologia da Pesquisa e Elaboração de Dissertação**. 3. ed. Florianópolis: Laboratório de Ensino a Distância da UFSC, 2001. Disponível em: <<http://projetos.inf.ufsc.br/arquivos/Metodologia%20da%20Pesquisa%203a%20edicao.pdf>> Acesso em: 20 jan. 2004.

SKANDIA. **Human Capital Transformation. Intellectual Capital Prototype Report**, Skandia 1998. Disponível em:<<http://www.skandia.com/en/includes/documentlinks/annualreport1998/e9712Human.pdf>> Acesso em: 02 jul. 2004.

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

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

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

WERNKE, Rodney. Considerações acerca dos Métodos de Avaliação do Capital Intelectual. In: **Revista do Conselho Federal de Contabilidade do Rio Grande do Sul**. n. 106, p. 06-22, outubro/2001.

WERNKE, Rodney. **Identificação de Potenciais Geradores de Ativos Intangíveis**. Florianópolis: UFSC. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção), Universidade Federal de Santa Catarina, 2002.

WM-data. **Annual Report 1995**. Disponível em: <<http://www.wmdata.com/wmwebb/Menu3/pdf/annual95en.pdf>> Acesso em: 01 jul. 2004.

WM-data. **Relatório Annual Report 2003**. Disponível em: <<http://www.wmdata.com/wmwebb/Menu3/pdf/WM-data AR 2003 eng.pdf>> Acesso em: 01 jul. 2004.

ANEXOS

Anexo A – O capital da WM-data. Relatório Anual da WM-data, 1995.

Anexo B – Ativos e Recursos. Relatório Anual da WM-data, 2003.

UNIVERSIDADE DO VALE DO RIO DOS SINOS
PROGRAMA DE PÓS-GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS
NÍVEL MESTRADO

AUTORIZAÇÃO

Eu ROSEMARY GELATTI BACKES CPF 595693870/68 autorizo o Programa de Mestrado em Ciências Contábeis da UNISINOS, a disponibilizar a Dissertação de minha autoria sob o título Evidenciação do Capital Intelectual: análise de conteúdo dos relatórios de administração de companhias abertas brasileiras, orientada pelo professor doutor Ernani Ott, para:

Consulta Sim Não

Empréstimo Sim Não

Reprodução:

Parcial Sim Não

Total Sim Não

Divulgar e disponibilizar na Internet gratuitamente, sem ressarcimento dos direitos autorais, o texto integral da minha Dissertação citada acima, no *site* do Programa, para fins de leitura e/ou impressão pela Internet

Parcial Sim Não

Total Sim Não

Em caso afirmativo, especifique:

Sumário: Sim Não

Resumo: Sim Não

Capítulos: Sim Não

Quais _____

Bibliografia: Sim Não

Anexos: Sim Não

São Leopoldo, 20 /05/ 2005

Assinatura do (a) Autor (a)

Visto do(a) Orientador(a)

Livros Grátis

(<http://www.livrosgratis.com.br>)

Milhares de Livros para Download:

[Baixar livros de Administração](#)

[Baixar livros de Agronomia](#)

[Baixar livros de Arquitetura](#)

[Baixar livros de Artes](#)

[Baixar livros de Astronomia](#)

[Baixar livros de Biologia Geral](#)

[Baixar livros de Ciência da Computação](#)

[Baixar livros de Ciência da Informação](#)

[Baixar livros de Ciência Política](#)

[Baixar livros de Ciências da Saúde](#)

[Baixar livros de Comunicação](#)

[Baixar livros do Conselho Nacional de Educação - CNE](#)

[Baixar livros de Defesa civil](#)

[Baixar livros de Direito](#)

[Baixar livros de Direitos humanos](#)

[Baixar livros de Economia](#)

[Baixar livros de Economia Doméstica](#)

[Baixar livros de Educação](#)

[Baixar livros de Educação - Trânsito](#)

[Baixar livros de Educação Física](#)

[Baixar livros de Engenharia Aeroespacial](#)

[Baixar livros de Farmácia](#)

[Baixar livros de Filosofia](#)

[Baixar livros de Física](#)

[Baixar livros de Geociências](#)

[Baixar livros de Geografia](#)

[Baixar livros de História](#)

[Baixar livros de Línguas](#)

[Baixar livros de Literatura](#)
[Baixar livros de Literatura de Cordel](#)
[Baixar livros de Literatura Infantil](#)
[Baixar livros de Matemática](#)
[Baixar livros de Medicina](#)
[Baixar livros de Medicina Veterinária](#)
[Baixar livros de Meio Ambiente](#)
[Baixar livros de Meteorologia](#)
[Baixar Monografias e TCC](#)
[Baixar livros Multidisciplinar](#)
[Baixar livros de Música](#)
[Baixar livros de Psicologia](#)
[Baixar livros de Química](#)
[Baixar livros de Saúde Coletiva](#)
[Baixar livros de Serviço Social](#)
[Baixar livros de Sociologia](#)
[Baixar livros de Teologia](#)
[Baixar livros de Trabalho](#)
[Baixar livros de Turismo](#)