

ACTIVOS INTANGÍVEIS IDENTIFICÁVEIS: DESDE A VALORIZAÇÃO AOS MODELOS DE INDICADORES NÃO FINANCEIROS

(Activos intangibles identificables: desde la valoración a los modelos de indicadores no financieros)

Autor: Fernanda Cristina Pedrosa Alberto

Portugal

Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Coimbra

E-mail (correo electrónico): falberto@iscac.pt

Palavras-chave: Activos intangíveis identificáveis; Indicadores não financeiros; Sistemas de representação de intangíveis; Valorização de intangíveis.

Palabras clave: Activos intangibles identificables; Indicadores no financieros; Sistemas de representación de intangibles; Valoración de intangibles.

Tema do trabalho (Tema del trabajo): Valorização e representação de activos intangíveis (Valoración y representación de los activos intangibles)

Recursos audiovisuais: Computador com PowerPoint e respectivo projector (ordenador con PowerPoint y respectivo proyector)

ACTIVOS INTANGÍVEIS IDENTIFICÁVEIS: DESDE A VALORIZAÇÃO AOS MODELOS DE INDICADORES NÃO FINANCEIROS

Palavras-chave: Activos intangíveis identificáveis; Indicadores não financeiros; Sistemas de representação de intangíveis; Valorização de intangíveis.

Palabras clave: Activos intangibles identificables; Indicadores no financieros; Sistemas de representación de intangibles; Valoración de intangibles.

Tema do trabalho (Tema del trabajo): Valorização e representação de activos intangíveis (Valoración y representación de los activos intangibles)

Resumo/Resumen:

Dos trabalhos realizados sobressai um claro consenso quanto há necessidade de renovar o modelo de divulgação de informação existente para que o novo conjunto de valores atribuíveis aos activos intangíveis seja dado a conhecer aos usuários. Porém, o sistema a utilizar para a sua representação não deixa de ser polémico, mantendo-se a complexidade da valorização como um busilis difícil de ultrapassar.

Este trabalho tem como objectivo justificar a utilização dos modelos de indicadores não financeiros como sistema alternativo de representação dos intangíveis. Neste sentido, após uma breve introdução, abordamos, de modo sucinto e crítico, algumas metodologias de valorização dos intangíveis pondo em evidência a complexidade do processo e, no epígrafe seguinte, analisamos diversos modelos, de vocação interna e externa, propostos para representar os intangíveis baseados em indicadores não financeiros, defendendo a sua viabilidade numa perspectiva de curto/médio prazo em virtude das dificuldades imediatas, face aos métodos disponíveis, para valorizar estes elementos e por conseguinte, para o seu reconhecimento pleno.

Por último, se expõem um conjunto de reflexões, onde destacamos ser primordial, como um primeiro passo, a emissão de normas ou directrizes sobre métodos de valorização. Em segundo lugar, recorrendo a indicadores não financeiros pode ser uma opção com bastante interesse assentando preferencialmente em algumas bases harmonizadas, para permitir uma certa dose de comparabilidade. Em todo caso, no ambiente actual de elevada competitividade entre empresas, o conhecimento dos intangíveis para fins internos através de indicadores não financeiros pode constituir já como uma vantagem competitiva e assim, permitir uma gestão empresarial mais eficaz.

1. Introdução

Nos últimos anos verificou-se uma importância crescente dos intangíveis no seio das empresas, mas a informação veiculada sobre os mesmos no interior da empresa tal como a dirigida ao seu exterior continua a ser escassa (Proyecto Meritum, 2002: 12). Apesar do seu inquestionável papel como um dos principais determinantes do valor das empresas, os princípios e normas contabilísticas não permitem reflectir essa sua preponderância devido ao difícil cumprimento dos restritivos e exigentes requisitos estabelecidos pelas normativas vigentes, na generalidade dos países ou de âmbito internacional, para o reconhecimento como activo desse tipo de investimentos.

Um dos efeitos mais visíveis é a assombrosa divergência entre o valor de mercado e o valor contabilístico de muitas empresas (este resulta da aplicação dessas normas contabilísticas), a qual foi evidenciada pelos numerosos estudos empíricos realizados em distintos pontos do mundo. A própria Comissão Europeia [UE, 2000: 7 (*in* Proyecto Meritum, 2002: 12)], pronunciando-se sobre esta situação, afirmou que a informação que as empresas fornecem ao mercado de capitais continua baseada nos tradicionais investimentos tangíveis em activos fixos, quando hoje em dia a criação de valor se apoia fundamentalmente nos investimentos em intangíveis. A informação disponibilizada pela contabilidade parece assim perder relevância para a tomada de decisões de investimento, crédito e gestão.

O respeito pelo critério da fiabilidade, que continua a dominar o modelo contabilístico, leva ao seu não reconhecimento, reduzindo-se a relevância da informação divulgada. Dos diversos trabalhos realizados, sobressai um claro consenso quanto há necessidade de renovar o modelo actual de divulgação de informação para que o novo conjunto de valores atribuíveis aos activos intangíveis seja dado a conhecer aos usuários da informação financeira. Porém, o sistema a utilizar para a sua representação mantém-se como um busílis difícil de ultrapassar, devendo-se particularmente à complexidade da valorização.

Assim pretendemos com este trabalho justificar a utilização dos modelos de indicadores não financeiros como sistema alternativo de representação dos intangíveis. Neste sentido, depois da presente introdução, abordamos, de modo sucinto e crítico, algumas metodologias de valorização dos intangíveis pondo em evidência a complexidade do processo e, no epígrafe seguinte, analisamos diversos modelos, de vocação interna e externa, propostos para representar os intangíveis baseados em indicadores não financeiros, defendendo a sua viabilidade numa perspectiva de curto/médio prazo em virtude das dificuldades imediatas, face aos métodos disponíveis, para valorizar estes elementos e por conseguinte, para o seu reconhecimento pleno.

2. A complexidade do processo de valorização

As pressões relativas à valorização e reconhecimento dos intangíveis pela contabilidade, advindas essencialmente de grandes *lobbies* empresariais, começaram a ser exercidas sobre os organismos responsáveis pela emissão de normas contabilísticas nos finais dos anos 80. Mas, a credibilidade das valorizações atribuíveis aos intangíveis afectou sempre o seu tratamento contabilístico. Na opinião de Mullen (1993: 92), uma boa parte da relutância quanto ao reconhecimento dos intangíveis tem a sua génese na suspeição sobre a capacidade das metodologias disponíveis preverem valores suficientemente fiáveis, o que qualifica como totalmente infundado.

No início da década de 90 foram realizados e publicados diversos estudos sobre a valorização de intangíveis que, apresentando conclusões interessantes, patentearam a complexidade do tema pela oposição das opiniões manifestadas entre alguns autores. Assinalamos o trabalho de Barwise *et al.* (conhecido como Relatório LBS – London Business School – datado de 1989) e os trabalhos de duas grandes multinacionais de auditoria: Coopers & Lybrand (Relatório de 1990) e Arthur Andersen (conclusões no

designado Relatório Andersen, datado de 1992)¹. Mais recentes, registamos os trabalhos desenvolvidos no âmbito do Intangibles Research Project² e os da autoria de Reilly e Schweih (1999).

Os intangíveis são, pela sua natureza, difíceis de mensurar. Mas, como refere Harbert (1997: 28), o seu valor é considerado pelos analistas financeiros e pelos investidores (institucionais)³. A Arthur Andersen concluiu que existiam diversas situações em que eram já concretizadas e aceites valorizações para os intangíveis, encontrando-se entre elas a tributação, licenças, fusões e aquisições, empréstimos bancários, etc. (Brockington, 1995: 168).

As normas contabilísticas emanadas até ao momento pelos diversos organismos reguladores, de cariz nacional e internacional, ressaltam a imprescindibilidade de obter um custo ou valor, mensurado com fiabilidade, como condição para o reconhecimento inicial dos activos intangíveis, cumulativamente com o cumprimento dos restantes critérios.

Existem numerosos métodos e procedimentos para estimar valores para os intangíveis, que, pelas suas similaridades e/ou diferenças em pontos fundamentais, se podem sistematizar nas três abordagens seguintes: pelo custo, pelo valor de mercado e pelo valor económico (ou seja, com base nos influxos económicos futuros). Alguns autores apontam ainda uma quarta abordagem donde entram os chamados métodos híbridos (Brockington, 1995: 177).

A selecção do método adequado para cada caso particular depende de um conjunto de factores, assinalando-se, por via de regra, o tipo de propriedade ou direitos sobre o intangível, a finalidade da valorização e por último, a quantidade e qualidade das informações disponíveis para desenvolver o processo de valorização (Reilly e Schweih, 1999: 92). Além disso, destaca-se a importância de utilizar mais que um método para assim, verificar e suportar o valor estimado pelo método principal, o que permite estabelecer úteis comparações para concluir acerca da razoabilidade ou não do primeiro resultado obtido e fornecer uma garantia de maior fiabilidade do processo.

- Abordagem pelo custo: integra tanto o custo histórico como o custo de reposição. Quanto ao primeiro, apontam-se comumente como maiores vantagens a sua objectividade, simplicidade e facilidade de aplicação. Porém, o custo histórico não está isento de críticas, em que as principais relacionadas com os activos intangíveis são a falta de relevância e comparabilidade na informação obtida e, inconsistência da sua aplicação em função das formas de aquisição ou controlo desses activos. Como opinam King e Henry (1999: 4), a abordagem pelo custo apresenta-se muito fiável para activos tangíveis mas pouco apropriada para activos financeiros ou intangíveis.

A utilização de custos de reposição para a valorização dos activos intangíveis, ao ajustar os valores históricos a valores correntes, poderá proporcionar informação mais relevante acerca dos recursos que a empresa afecta ao processo produtivo; no entanto, a sua aplicação prática traz à luz um conjunto de dificuldades. Segundo Whittington [1991: 98 (*in* Zubiaurre Artola, 1998: 225-226)], por um lado, a reposição de um activo específico não será uma decisão economicamente correcta se existir outro activo mais barato e tecnicamente equivalente e por outro, factores como a evolução tecnológica, as alterações nos sistemas produtivos e nos preços dos factores, tornam a reposição por bens idênticos uma decisão não somente economicamente incorrecta mas sobretudo, um

¹ O trabalho da Arthur Andersen foi realizado a pedido das onze maiores empresas inglesas, nomeadamente, Cadbury Schweppes, Grand Metropolitan, Guinness, Pearson, Ranks Hovis Mc Dougall, Reckitt & Colman, Reed International, Smith Kline Beecham, Thorn EMI, United Biscuits e United Newspapers. *In* Martínez Ochoa, 1999.

² Projecto desenvolvido pela Leonard N. Stern School of Business e pelo Ernst & Young Center for Business Innovation.

³ Suporta-se em um trabalho realizado por Ernst & Young Center for Business Innovation, no início de 1997, com o estudo de 300 relatórios de analistas e observação de 275 investidores institucionais, segundo o qual 35% das decisões eram baseadas em informação não financeira. Entre os oito critérios estudados, salientaram-se três nas empresas de computadores: a qualidade da gestão, a força da sua posição no mercado e a qualidade dos produtos e/ou serviços.

erro de gestão que pode colocar em causa o próprio futuro da empresa. As alterações dos preços em activos idênticos no decorrer do tempo não irão reflectir um conjunto de factores essenciais de extrema importância nos tempos actuais, onde as alterações tecnológicas são uma constante.

A dificuldade de calcular o custo de reposição e por conseguinte, a sua aplicabilidade, constitui um segundo obstáculo; este obtém-se a partir do valor de mercado para elementos novos, corrigido posteriormente pelas depreciações sofridas até à data. O problema é que os activos intangíveis raramente têm referenciais inequívocos no mercado, limitando a utilização deste método.

Mais recentemente, Reilly e Schweih (1999: 122) aludem ao conceito de custo de substituição, que se afasta da referência a “activos idênticos” optando por “activos equivalentes”, mas a sua aplicação pressupõe a prévia disponibilização do mesmo. Em palavras de Brockington (1995: 178), muitas vezes, a criação de activos intangíveis foi o resultado de um feliz acaso, não sendo garantido que o dispêndio actual proporcione novamente esse tipo de resultado; demonstra-se assim que este método de valorização nem sempre é pertinente. Barwise *et al.* (1989: 54) partilham igualmente desta opinião, ao analisar o caso específico das marcas; afirmam que o conceito de “custo de substituição” para este tipo de intangíveis não tem qualquer sentido e é irrelevante, já que implicaria recriar elementos relativos ao consumidor e ao produto, como o nível de lealdade à marca, a consciência do acto de compra e consumo e o reconhecimento do produto pela marca⁴.

A simplicidade, fiabilidade e fácil verificação do custo histórico contribuíram para a primazia deste método de valorização no modelo actual de valorização do imobilizado. O custo de reposição ou, mais apropriadamente, o de substituição, atenuando algumas das limitações apontadas para o custo histórico, padecem de outras limitações na valorização e, por conseguinte, no reconhecimento contabilístico dos intangíveis.

Esta postura é patenteada em diversas publicações. Como mais extremista, encontramos a formulada no Relatório Andersen, observando que os métodos baseados no custo não são, de forma genérica, adequados à valorização dos intangíveis, independentemente dos objectivos da mesma, podendo ser utilizados somente para efeitos comparativos com os valores obtidos por outras metodologias (Brockington, 1995: 178).

- Abordagem pelo valor de mercado: nesta, os valores a estimar para os intangíveis baseiam-se na análise e comparação das transacções ou licenciamentos (*royalties*) recentes para activos similares, procedimento que deverá ser complementado com uma avaliação das condições de mercado (ou seja, as circunstâncias económicas que influenciam o valor) à data da valorização dos intangíveis e das alterações nas mesmas no período decorrido entre a(s) transacção(ões) de referência e o momento da valorização.

Na opinião de Reilly e Schweih (1999: 147), sempre que os dados dessas transacções recentes sejam fiáveis, estejam disponíveis e haja efectiva similaridade nos activos, os métodos baseados no mercado são considerados o modo mais directo e sistemático para estimar o valor dos intangíveis.

No entanto, o cumprimento destas condições não é muito frequente considerando que a maioria dos intangíveis não encontra similares no mercado. Cada transacção realizada evidencia o valor para um activo intangível específico, caracterizado por certas peculiaridades e de natureza única, dependente da utilidade no caso concreto, tornando

⁴ Por exemplo, como se poderia criar um substituto para a marca Kit-Kat que, com mais de 50 anos, é um caso de grande e prolongado sucesso no mercado dos chocolates com *wafers*. Mesmo com a proliferação de chocolates similares que vão aparecendo (e desaparecendo) no mercado, o Kit-Kat tem-se mantido nos *tops* das vendas dessa categoria. Barwise *et al.* (1989: 26) afirmam que a marca Kit-Kat corresponde indubitavelmente ao conceito de activo de Solomons (“*recurso ou direito incontestavelmente controlado*”).

assim, o seu valor dificilmente generalizável a um mercado dito desenvolvido (ou activo como referem as normas contabilísticas). Outra justificação para a relutância dos analistas quanto aos valores de mercado prende-se com a dificuldade inerente às pesquisas necessárias e selecção dos dados relevantes (Reilly e Schweihs, 1999: 147). A identificação das vendas ou licenças relevantes para a análise não é uma tarefa fácil, não raramente sujeita a falhas. Além disso, levar a cabo uma valorização fiável implica percorrer um longo processo, integrado por diversas etapas e um trabalho volumoso em pesquisas o que lhe retira funcionalidade prática, motivo da sua aplicação pouco frequente. Importa referir que durante o mesmo se aplica uma elevada dose de julgamento profissional e como tal bastante subjectivismo.

Por último, ainda no campo das limitações do método, regista-se o facto de, em algumas transacções, os intangíveis representarem apenas parte do seu valor e o ritmo acelerado das mudanças económicas e legislativas que contribuem para desvirtuar a aplicabilidade dos valores de mercado disponíveis.

- Abordagem pelo valor económico: os métodos baseados nos fluxos económicos foram desenvolvidos por excelência para a valorização de empresas tendo, mais recentemente, gerado grandes simpatias igualmente para os intangíveis, sendo considerados por muitos autores como os mais adequados. Segundo Reilly e Schweihs (1999: 160), quer a abordagem pelo custo quer pelo valor de mercado são somente aplicáveis a alguns intangíveis e a algumas circunstâncias, enquanto que a abordagem pelos fluxos de benefícios apresenta um espectro bastante mais abrangente.

Estes métodos baseiam-se no princípio da antecipação, por vezes designado de princípio da expectativa (Reilly, 1996: 29), em virtude do valor estimado do intangível corresponder ao valor actual (ou valor presente) dos fluxos (ou benefícios) económicos que se espera que o mesmo irá gerar para o seu proprietário. Os *inputs* que se prevê que o intangível vai gerar fornecem a base valorativa.

A valorização pelo valor presente é reconhecida como um dos critérios possíveis nas estruturas conceptuais do Financial Accounting Standards Board (FASB, 1984, § 67) e do International Accounting Standards Board (IASB, 1989, § 100), ainda que ambas referem fluxos de caixa e não fluxos de benefícios. Mas, de um modo genérico, as normas vigentes permitem-nos constatar que os métodos baseados nos fluxos surgem sempre como solução de último recurso, posicionando-os como de segunda ordem no actual modelo contabilístico. A sua utilização fica consignada às situações em que o valor de mercado não está disponível ou não pode ser determinado, ou quando o custo da transacção não está relacionado com o valor do elemento a valorizar.

A nível internacional observa-se uma tendência crescente da sua inclusão nas normas, em especial, no concernente à imparidade e aos intangíveis. Porém, essa forma de valorização geralmente não tem como objectivo o reconhecimento inicial de activos, mas sim testar, ao longo da sua vida útil, os valores líquidos contabilísticos. As International Accounting Standard (IAS) 36, IAS 38 (IASB) e Financial Reporting Standard (FRS) 10 (ASB – Accounting Standards Board) são elucidativas dessa postura.

A IAS 36 (§ 5) obriga a que sejam determinados, para cada activo, o valor de mercado e o valor presente dos fluxos de caixa, visto que a quantia recuperável desse activo é dada pelo valor mais elevado entre o preço de venda líquido e o valor de uso⁵. A IAS 38 (§ 22) prescreve, como regra geral, que um activo intangível deve ser mensurado pelo seu custo para o reconhecimento inicial, e uma excepção, aplicável somente aos activos adquiridos como parte de uma combinação de empresas, em que permite a utilização do valor de mercado, o qual poderá ser o preço corrente de oferta ou obtido através da transacção semelhante mais recente (§ 28 e § 29) e, para os casos de este

⁵ A comparação entre a quantia recuperável, mensurada como referimos, e a quantia assentada líquida do activo, permite aferir se há lugar a registo de perda de imparidade ou não. A norma exige o reconhecimento da perda de imparidade desde que a quantia recuperável seja inferior à quantia assentada líquida.

ser igualmente impossível de obter, permite o uso de técnicas de estimação do justo valor (§ 30). Neste caso, a valorização dos intangíveis poderá resultar da aplicação de múltiplos a certos indicadores (ex.: rédito, resultados operacionais, etc.) ou do desconto de fluxos de caixa futuros estimados derivados do activo. Para as reavaliações, a IAS 38 é mais restritiva, permitindo-as somente quando os valores dos activos intangíveis são obtidos com base em um mercado activo (§ 64), excluindo liminarmente a utilização de métodos baseados nos fluxos económicos. Significa que as regras de cálculo da quantia recuperável previstas na IAS 36, não são aplicadas linearmente aos intangíveis. A FRS 10 do ASB segue uma linha similar à norma do IASB.

A abordagem pelos fluxos económicos compõe-se de grande diversidade de alternativas (métodos) possíveis para calcular o valor estimado para um intangível, explicada essencialmente pelo facto de se poderem utilizar numerosos tipos de benefícios económicos, entre outros, o resultado antes ou depois de impostos, o resultado operacional, os proveitos brutos ou líquidos, o *cash flow*, entre outros. Essa panóplia pode ser sistematizada em duas grandes categorias: os métodos de capitalização e os de desconto dos fluxos. Qualquer método que se utilize exige definir um conjunto de parâmetros que tornam o valor a estimar dependente de inúmeras variáveis económicas, endógenas e exógenas ao activo.

A aplicação desta abordagem implica percorrer as seguintes etapas (adaptado de Mullen, 1993: 93-94): 1) identificação, separação e quantificação dos fluxos de benefícios económicos ou de fluxos de caixa atribuíveis especificamente ao activo a valorizar; 2) estimar o período para projecção dos benefícios económicos ou dos fluxos de caixa; 3) capitalização ou desconto desses fluxos; 4) comparação com outras transacções de mercado (se existirem); e, 5) julgamento profissional sobre o(s) valor(es) obtido(s).

O primeiro e talvez maior obstáculo desses métodos prende-se com o risco e incerteza no cálculo dos benefícios económicos futuros esperados do intangível. Conseguir isolar os fluxos económicos de um intangível, em que pela sua unicidade tem que ser analisado nas suas vertentes concretas e qualitativas, é uma das etapas mais difíceis e conflituantes do processo, onde não há soluções técnicas ou matemáticas de aplicação uniforme e automática (Zubiaurre Artola, 1998: 246). Algumas ferramentas criadas encontram-se dirigidas a intangíveis específicos.

Segundo Reilly e Schweihs (1999: 192) o conjunto de métodos desenvolvidos para a quantificação dos fluxos podem ser sistematizados em três grupos: os que analisam os benefícios incrementais; os que analisam a repartição dos benefícios totais; e os que analisam os actuais ou hipotéticos benefícios provenientes de *royalties*. Os benefícios incrementais podem obter-se através da análise do aumento dos proveitos ou da redução dos custos associada ao activo intangível ou ainda, do efeito combinado de ambos. De forma directa ou indirecta, procede-se sempre a uma comparação entre a situação sem e com o intangível, sendo-lhe imputado o diferencial (o acréscimo de proveitos ou a diminuição de custos).

No grupo seguinte entram os métodos que visam alocar alguns benefícios económicos ao intangível partindo da valorização dos benefícios económicos totais e seguindo-se uma repartição dos mesmos, em função da medida económica escolhida, entre os vários activos, tangíveis e intangíveis, que contribuem para a sua formação. A percentagem para imputar ao elemento a valorizar varia em função do tipo de activo, do tipo de actividade da entidade e do sector em que esta se insere.

O último grupo possui um número reduzido de métodos, sendo os benefícios valorizados pela sua actual ou hipotética proveniência de *royalties*. Desagregam-se em duas tipologias básicas de valorização: através dos benefícios provenientes dos *royalties* actualmente recebidos, ou a receber hipoteticamente, pelo proprietário do intangível ao vender o direito de uso a outra entidade ou das hipotéticas despesas relativas a *royalties*, que não serão pagas a uma entidade independente porque o proprietário detém o activo intangível e como tal, não precisa de comprar o seu direito de uso.

O horizonte temporal para a projecção do rendimento é um componente de extraordinária relevância nesta abordagem: trata-se de estimar o intervalo temporal para o qual serão projectados rendimentos, o qual deverá reflectir a vida útil esperada do activo, ao longo do qual se julga o mesmo poder gerar benefícios económicos (ou fluxos de caixa).

Identificados e quantificados os benefícios económicos (ou os fluxos de caixa) atribuíveis ao activo intangível e definido o horizonte temporal para a projecção daqueles, resta estimar um valor razoável para o mesmo, podendo recorrer-se a uma das seguintes metodologias: a capitalização dos benefícios económicos (ou dos fluxos de caixa) ou o desconto dos Fluxos de Caixa (DCF), as quais compartilhem a mesma base conceptual, i.e., o valor do intangível corresponde ao valor actual dos fluxos económicos esperados. A sua aplicação implica, em ambos os casos, a definição de uma taxa de risco e do potencial de crescimento dos fluxos. A taxa para a actualização dos fluxos ou a taxa de capitalização (consoante a técnica adoptada), enquanto variável influenciada por uma ampla diversidade de factores, em que um deles é exactamente o horizonte temporal, i.e., a maior ou menor longevidade definida para o bem, suscita um leque de dificuldades e dúvidas.

As condicionantes apontadas ocasionam diversas críticas, alegando-se designadamente falta de objectividade na sua aplicação, como consequência da distribuição arbitrária de fluxos e da estimativa de uma taxa de desconto ou de capitalização [caso de Belkaoui, 1992: 337 (*in* Zubiaurre Artola, 1998: 232)].

3. Sistemas de representação possíveis

Face à problemática inerente aos intangíveis e, como sustentámos antes, em particular a relacionada com a sua valorização, a representação é alvo de posturas bastante antitéticas. Basicamente, da revisão de diversa literatura, ressaltam dois grandes grupos de alternativas (Cañibano *et al.*, 2000: 120). Uma primeira, que podemos classificar de mais radical, advoga a modificação do sistema de informação financeira vigente, o que tem implícito a alteração dos princípios contabilísticos e dos critérios de reconhecimento com vista a reflectir os intangíveis no balanço. A segunda alternativa trata-se de incluir informação não financeira e/ou demonstrações ou apêndices complementares, com cariz voluntário de divulgação, nas contas anuais das empresas. Qualquer uma destas alternativas apresenta uma orientação externa, em que a informação produzida se destina a qualquer usuário que tenha interesse na mesma.

Uma terceira opção apontada por outros autores é a utilização de indicadores de carácter não financeiro com fins internos. Neste caso, a utilidade da informação sobre os activos intangíveis ainda que de espectro mais estreito quanto aos destinatários directos, já que será totalmente desconhecida para o usuário externo, assume bastante relevância ao possibilitar uma melhor gestão empresarial e tomada de decisões estratégicas.

Qualquer modificação dos critérios subjacentes ao modelo contabilístico poderá ter reflexos em todos os documentos integrantes do modelo de prestação de contas actual. Mas, as alterações cujas repercussões se fazem sentir no balanço ou na demonstração de resultados são sempre sujeitas a reacções mais intensas e avaliadas mais minuciosamente, em comparação com aquelas que passam somente por informações adicionais a inscrever no anexo. De forma similar, o impacto de modificar o relatório de gestão não é análogo ao de alterar o balanço ou a demonstração de resultados. Sem dúvida, as alterações contabilísticas mais drásticas e difíceis são as que têm implicações a nível destes dois documentos, considerados ainda os mais fundamentais das contas periódicas das empresas.

Lev, pelas posições assumidas em particular nos seus primeiros trabalhos, é usualmente apontado como o principal defensor de uma perspectiva desse cariz, classificada de radical, indicando basicamente que deverão ser aplicados aos activos

intangíveis os mesmos princípios contabilísticos e critérios de reconhecimento dos activos tangíveis.

Lev e Zarowin (1998a), em um estudo realizado sobre a utilidade da informação financeira para os investidores, concluem que esta se deteriorou ao longo dos últimos 20 anos e mencionam a mudança associada à actividade económica como o principal factor responsável por essa deterioração da capacidade informativa da informação financeira. Este efeito é acrescido devido à inadequação do sistema contabilístico para reflectir essa mesma mudança, fomentada primordialmente pela inovação. Para incrementar a utilidade das demonstrações financeiras, propõem duas medidas alternativas. Sucintamente, a primeira consiste na capitalização dos intangíveis, que seria assumida como prática corrente em circunstâncias delimitadas⁶, enquanto a segunda, mais complexa e seguramente polémica, consiste numa actualização sistemática do relato financeiro, o que apela a uma modificação substancial das práticas actuais de divulgação⁷.

Ainda que de modo menos extremista ou detalhado, outros autores defendem uma postura idêntica. Mortensen *et al.* (1997) referem que um primeiro passo importante para a melhoria do sistema contabilístico seria a divulgação de informação quantitativa desagregada sobre as despesas em intangíveis, quer sejam imputadas directamente a resultados quer sejam capitalizadas. Um segundo passo passaria pela capitalização dos activos intangíveis gerados internamente seguindo certas regras de valorização que fossem geralmente aceites para os activos tangíveis.

Egginton (1990) discute diversos métodos possíveis para o reconhecimento dos intangíveis (separáveis e não separáveis) cingindo-se aos princípios e normas do modelo contabilístico tradicional (a custo histórico), concluindo que é muito improvável que as dificuldades para o reconhecimento contabilístico dos intangíveis sejam aclaradas num futuro mais ou menos próximo, apesar do papel transcendente dos activos intangíveis. Esta ideia ressalta no anteriormente exposto, sendo muitas as limitações impostas ao designado reconhecimento pleno dos intangíveis de acordo com as normas contabilísticas actuais e princípios que subjazem ao modelo contabilístico tradicional. As peculiaridades da maioria destes elementos, acentuadas no caso dos activos gerados internamente, dificultam a definição e aceitação de um tratamento uniforme para intangíveis e tangíveis.

Na análise dos métodos de valorização manifestou-se claramente que não existem soluções globais, objectivas e com níveis de (in)certeza aceitáveis para efeitos do seu reconhecimento pleno. Na opinião de Sonnelitter [1996: 10 (*in* Zubiaurre Artola, 1998: 397)], face às dificuldades de superar os critérios de reconhecimento pleno para alguns elementos intangíveis parece-lhe oportuno equacionar as possibilidades oferecidas por sistemas alternativos de apresentação dessa informação. Ao longo dos últimos anos apresentaram-se distintas propostas com o objectivo de melhorar a capacidade representativa das demonstrações financeiras perante a nova realidade económica e por conseguinte, a sua utilidade para a gestão estratégica dos activos intangíveis. Se apontam outras opções como forma de contornar o problema, talvez num curto/médio prazo, do reconhecimento no balanço e demonstração de resultados. As que parecem receber maiores preferências são tanto a utilização de indicadores não financeiros como a elaboração de um apêndice ou demonstração complementares, combinando-se em

⁶ Em concreto, consiste na capitalização de todos os investimentos intangíveis com benefícios atribuíveis que tenham passado certos testes tecnológicos de viabilidade que seriam previamente especificados. O critério decisório para a capitalização seria a capacidade de atribuir e estimar numa base razoável os benefícios dos intangíveis. As amortizações desses intangíveis capitalizados seriam de acordo com as vidas úteis estimadas pela gestão, orientando-se pelas normas do sector e resultados de estudos empíricos. Esta opção permitiria uma mais correcta aplicação do princípio do *matching*, ou seja, seria melhorada a correlação entre proveitos e custos imputados em cada exercício, beneficiando a obtenção de medidas não distorcidas dos resultados periódicos e do valor do património. Seria possível eliminar as inconsistências das práticas contabilísticas actuais.

⁷ Nesta, propõe-se a actualização sistemática dos relatos financeiros passados, i.e., à medida que a incerteza seja ultrapassada, as demonstrações financeiras passadas (dos últimos 3 a 5 anos) sejam revistas e ajustadas através da capitalização dos montantes previamente imputados a custos. Segundo os autores, a maior vantagem aportada por estas "actualizações" periódicas da informação financeira seria que, a melhoria da qualidade da informação passada assumiria maior relevância para a interpretação da situação presente e dos resultados actuais.

alguns casos estas duas vias, ao propor integrar indicadores financeiros e não financeiros nesse documento complementar às demonstrações financeiras actuais.

Entre os modelos baseados em indicadores não financeiros, encontram-se alguns dirigidos para fins externos e outros exclusivamente internos, baseados na preocupação de uma gestão empresarial mais eficiente; abordamos por isso, alguns desses no próximo epígrafe.

4. Modelos de indicadores não financeiros como uma alternativa viável de representação

Em diversos modelos propostos é claro o ênfase na utilização de indicadores de carácter não financeiro, por se considerar que estes permitem dar uma resposta mais adequada às necessidades de informação dos vários usuários, reflectindo melhor a *performance* das empresas na economia actual onde lidera um novo conjunto de valores e uma elevada competitividade. De acordo com um estudo realizado pelo *Institute of Management Accountants*, 64% dos analistas financeiros americanos dizem que as suas empresas estão a experimentar activamente novas formas de medir, obter e relatar dados não financeiros, atitude que foi amplamente incentivada por uma diversidade de livros e artigos publicados por vários autores, os quais sugeriam que os novos sistemas de medida da *performance* estratégica (Vitale, Mavrinac e Hauser, 1994; Atkinson e Waterhouse, 1996), o *Balanced Scorecard* (Kaplan e Norton, 1993, 1995) ou os sistemas de medida “ampliados” (Kron, 1994) poderiam melhorar quer a compreensão da gestão quer o controlo do processo de criação de valor da empresa (referências aos autores: *in* Mavrinac e Siesfeld, 1998). De uma forma ou de outra, esses documentos sugeriam que os indicadores da *performance* de carácter não financeiro poderiam ser utilizados de forma eficaz como principais indicadores da *performance* financeira futura (Mavrinac e Siesfeld, 1998: 5).

Também alguns organismos de regulação profissional realizaram estudos e publicaram normas a solicitar às empresas uma ampliação da divulgação de dados não financeiros. Caso do *American Institute of Certified Public Accountants* (AICPA) que criou, em 1991, o *Special Committee on Financial Reporting* com o objectivo de estudar o tipo de informação que as empresas deveriam fornecer aos investidores e aos credores e qual o papel dos auditores em relação ao mesmo (AICPA, 1994).

A *Association for Investment Management and Research* (AIMR), organismo profissional que representa os analistas financeiros certificados americanos, apresentou em 1993 o seu *Position Paper on the Future of Financial Reporting*, onde manifestou a necessidade de aprofundar a discussão sobre os indicadores não financeiros. Segundo Peter Knutsen, autor do *Paper*, os analistas financeiros necessitam de avaliar a *performance* de cada uma das empresas e para isso, necessitam informação sucinta sobre as estratégias, planos e expectativas das mesmas, sendo que muita dessa informação apresentada pelos gestores poderá ser sob a forma de narrativa [1993: 85 (*in* Mavrinac e Siesfeld, 1998: 6)].

De igual modo, a Securities and Exchange Commission (SEC) dedicou um simpósio à discussão da questão da divulgação expandida de informação sobre activos intangíveis, aspectos de estratégia e *performance* não financeira. Foi consensual entre os participantes a utilidade das medidas não financeiras como indicadores da *performance* operacional interna e dos logros estratégicos.

A par deste interesse generalizado que tem sido demonstrado por parte de académicos e organismos profissionais pela divulgação de medidas não financeiras da *performance* das empresas destinadas essencialmente a melhorar a informação disponível para os investidores, têm sido realizados alguns estudos para tentar conhecer a efectiva relevância desses indicadores como factores explicativos do valor bolsista das empresas, i.e., até que ponto essas divulgações são valorizadas pelo mercado [Lev,

1996; Amir e Lev, 1996; Heller, 1994; Larcker e Ittner, 1994 (in Mavrinac e Siesfeld, 1998: 6)].

Expomos, de seguida, algumas das propostas realizadas neste âmbito. Não se trata de uma exposição exaustiva já que existe uma ampla gama de modelos propostos, tanto genéricos como iniciativas individuais (de empresas). Podemos referir, além dos abordados nas secções subsequentes, os modelos seguintes: Value Chain Scoreboard (autor: Baruch Lev, 2002), Value Creation Índex (autores: Chris Ittner e David Lacker, 2000), DATI Guideline (investigadores da Copenhagen Business School e Aarhus School of Business, 2002), Pirâmide da performance (Cranfield School of Management e Accenture), Ericsson's Cockpit Communicator (Ericsson), Celemi's Intangible Assets Monitor (Celemi), Ramboll's Holistic Company Model (Ramboll), Bates Gruppen Company Measurement System (Bates Gruppen), etc. (CIMA, 2002).

4.1. Proposta do AICPA

Em 1991, o AICPA criou o *Special Committee on Financial Reporting* com o objectivo de elaborar um estudo para conhecer as necessidades informativas dos usuários e identificar os tipos de informação mais adequados para a previsão dos resultados e *cash-flows*. As suas conclusões, plasmadas no *Jenkins Report* (1994), assinalam que os relatórios anuais das empresas deveriam incluir informação de carácter mais predictivo e um conjunto de indicadores não financeiros que possam condicionar o futuro da empresa e criar valor a longo prazo. Em concreto, a identificação das necessidades informativas dos usuários permitiu concluir sobre a importância de combinar indicadores financeiros com não financeiros. Estes podem corresponder a dados operativos ou estatísticas sobre a actividade da empresa, ou a medidas da *performance* sobre os processos chave desenvolvidos no âmbito do negócio, como por exemplo, a qualidade dos produtos ou serviços, o custo relativo das actividades, etc., ou então o desenvolvimento de novos produtos.

O objectivo último dos usuários é tentar projectar o futuro financeiro da empresa e para isso, não confiam em exclusivo numa análise dos resultados financeiros, pretendendo sempre conjugar as duas perspectivas (financeira e não financeira). Além disso, exigem o conhecimento de indicadores internos utilizados na gestão das empresas e proporcionados através da informação por segmentos. Basicamente, a divulgação de indicadores não financeiros permite: compreender a natureza das operações realizadas pela empresa; compreender a conexão entre acontecimentos e actividades e o seu impacto financeiro na empresa; ajudar os usuários a identificar tendências que afectam o negócio e proporcionar-lhes uma perspectiva do futuro da empresa; contribuir para compreender a perspectiva que os gestores possuem do negócio; proporcionar informação mais orientada a longo prazo, acerca das actividades que criam valor para os accionistas e protegem os credores.

O Relatório Jenkins indica oito categorias para efeitos de apresentação dos indicadores não financeiros, a seguir resumidas.

Quadro 1 – Categorias propostas pelo Relatório Jenkins

| DADOS OPERATIVOS E MEDIDAS DA PERFORMANCE | |
|--|--|
| 1. | Dados estatísticos sobre as actividades que produzem receitas, aceitação do mercado, e qualidade, tais como unidades e preços dos produtos ou serviços vendidos; variação na quota de mercado; medidas da satisfação do cliente; percentagem de artigos defeituosos ou devoluções. |
| 2. | Dados estatísticos sobre as actividades que geram custos, tais como número de empregados, salário médio, volume e preços dos materiais consumidos. |
| 3. | Dados estatísticos acerca da produtividade (ex.: relação outputs/inputs). |
| 4. | Dados estatísticos acerca do tempo necessário para realizar as actividades chave como a produção e a entrega dos produtos, ou o desenvolvimento de novos. |
| 5. | Dados estatísticos acerca da quantidade e qualidade dos recursos chave, incluindo os recursos humanos e a idade média dos activos. |

| | |
|----|---|
| 6. | Medidas relacionadas com a inovação como, por exemplo, a % de produtos produzidos no último ano que foram desenhados nos últimos três anos. |
| 7. | Medidas sobre o grau de realização e participação activa dos empregados, como o índice de satisfação dos empregados. |
| 8. | Medidas da consistência da relação com os vendedores, como o índice da sua satisfação. |

Fonte: AICPA (1994), *The Jenkins Report*, p. 62.

4.2. Proposta de Karl-Erik Sveiby

Sveiby (1997) propôs um modelo de informação assente no conceito de organização baseada no conhecimento, cujo objectivo principal é orientar os gestores quanto à maneira mais adequada de utilizar os intangíveis das suas empresas, identificar os fluxos que os fazem crescer ou renovar e evitar o risco da sua perda. Este autor justifica o uso de medidas não monetárias porque estas não revestem maior incerteza ou subjectividade que as monetárias: ambas “dependem do observador”. Além disso, medir valores novos como o conhecimento e os intangíveis em geral, exige medidas também modernas. Acrescenta que as medidas monetárias parecem mais objectivas e reais porque, ao serem utilizadas há tantos anos, encontram-se baseadas no próprio conceito e cultura da organização e são guiadas por definições e normas.

O modelo proposto, denominado “*Intangible Assets Monitor*” (IAM), pretende ser um método de medida e revelação dos activos intangíveis, sem a pretensão de representá-los completa e exaustivamente por considerar que essa é, à *priori*, uma abordagem frustrada. Visa essencialmente dar uma imagem de rápida leitura, que não deve por isso exceder uma página de informação, a acompanhar com comentários em anexo caso seja necessário. O propósito é evidenciar um conjunto de indicadores relevantes cuja selecção depende da estratégia de cada empresa não sendo, por isso, pré-determinados.

Deverão abranger as áreas de maior relevo na organização e estas são, na sua opinião, a estrutura interna, a estrutura externa e os indicadores de capacidade (competências do pessoal), que compõem aquilo que Sveiby designa de “a parte intangível invisível” do balanço e caracterizam-se basicamente pelos seguintes aspectos:

- **Estrutura interna:** refere-se a activos que foram criados pelos próprios empregados e são posse da empresa, como são as patentes, modelos, sistemas de administração ou cultura da organização; em geral não é possível adquiri-los. As decisões de desenvolver ou investir neste tipo de activos assumem certa confidencialidade, pois o “trabalho” é interno.
- **Estrutura externa:** centra-se em factores como as relações com os clientes e fornecedores, as marcas, o prestígio ou a imagem. Em alguns casos, estes elementos estão protegidos com direito de propriedade (propriedade legal), pelo que não possuem, muitas das vezes, o mesmo grau de confidencialidade que os referidos para a estrutura interna. O valor real destes activos depende em grande medida de como a empresa resolve os problemas dos clientes ou com a sua envolvente em geral, colocando-os assim sob um maior nível de incerteza que outros activos. Existe também uma grande volatilidade nestes elementos, que podem alterar-se a qualquer momento.
- **Capacidades individuais:** as capacidades ou competências individuais referem-se ao leque de conhecimentos e habilidades dos recursos humanos da empresa para actuar nas diversas situações. Incluem as habilidades de cada pessoa, a formação académica, a experiência, os valores e a mestria nas relações sociais. Estas capacidades variam de pessoa para pessoa e não são transmissíveis ou passíveis de aquisição. A empresa não exerce um controlo directo sobre este tipo de activos, no entanto, se actuar correctamente com os seus empregados, permitindo a partilha da responsabilidade, eles tendem a ser leais e a permanecer na organização.

Deverão apresentar-se indicadores nestas áreas que meçam o crescimento ou renovação verificados, a eficiência e a estabilidade sentidas; no quadro seguinte sintetizam-se algumas das medidas possíveis.

Quadro 2 – Medidas propostas por Sveiby

| IAM - INTANGIBLE ASSETS MONITOR | | |
|--|---|--|
| Indicadores da estrutura externa | Indicadores da estrutura interna | Indicadores de capacidade |
| <p><u>Indicadores do crescimento/renovação</u></p> <ul style="list-style-type: none"> × Rendibilidade por cliente × Crescimento orgânico (medida da aceitação pelo mercado do conceito de negócio desenvolvido pela empresa) × Melhoria da imagem junto dos clientes | <p><u>Indicadores de crescimento/renovação</u></p> <ul style="list-style-type: none"> × Investimento na estrutura interna (novas subsidiárias, novos métodos ou sistemas, etc.) × Investimento em tecnologias da informação × Clientes que contribuem para a melhoria da estrutura interna (projectos inovadores) | <p><u>Indicadores de crescimento/renovação</u></p> <ul style="list-style-type: none"> × N.º médio de anos dos profissionais⁸ na respectiva profissão × Nível de formação académica × Custos de formação × Rotatividade das capacidades |
| <p><u>Indicadores de eficiência</u></p> <ul style="list-style-type: none"> × Índice de satisfação dos clientes × Vendas por cliente × Índice de lucros/prejuízos em trabalhos pré-contratados | <p><u>Indicadores de eficiência</u></p> <ul style="list-style-type: none"> × Proporção do pessoal de apoio (<i>staff</i>) (vendas por pessoal de apoio) × Índice de valores/attitudes do pessoal em relação à empresa | <p><u>Indicadores de eficiência</u></p> <ul style="list-style-type: none"> × Proporção de profissionais × Efeito alavanca (<i>leverage effect</i>)⁹ × Valor Acrescentado e Resultado por empregado × Valor Acrescentado e Resultado por profissional |
| <p><u>Indicadores de estabilidade</u></p> <ul style="list-style-type: none"> × Proporção de grandes clientes × Tempo de permanência dos clientes × Frequência na repetição dos pedidos × Rácio de fidelidade dos clientes | <p><u>Indicadores de estabilidade</u></p> <ul style="list-style-type: none"> × Idade da organização × Taxa de rotatividade do pessoal de <i>staff</i> × <i>Rookie Ratio</i> (n.º de empregados com menos de 2 anos na empresa) × Antiguidade do pessoal de <i>staff</i> | <p><u>Indicadores de estabilidade</u></p> <ul style="list-style-type: none"> × Taxa de rotatividade dos profissionais × Antiguidade dos profissionais × Salário médio |

Fonte: Sveiby, Karl-Erik (1997), *The Intangible Assets Monitor*, pp. 1-2.

O seu sistema de medidas não monetárias foi adoptado a partir de meados dos anos 80 por diversas empresas suecas, muitas delas com base no trabalho do *Konrad Group*, desenvolveram esforços acrescidos de investigação e foram propulsoras de novos métodos de supervisão e acompanhamento das suas estratégias, no âmbito do que foi designado como a “*Swedish Community of practice*”. Os casos mais conhecidos entre essas empresas são o da Skandia AFS e da WM-data.

A WM-data¹⁰ desenvolveu um sistema de informação de gestão de indicadores não financeiros, com objectivos internos e externos, contando actualmente, com a mais longa experiência na utilização deste sistema de indicadores, pois desde 1989 dedica uma secção a este tema no seu relatório anual.

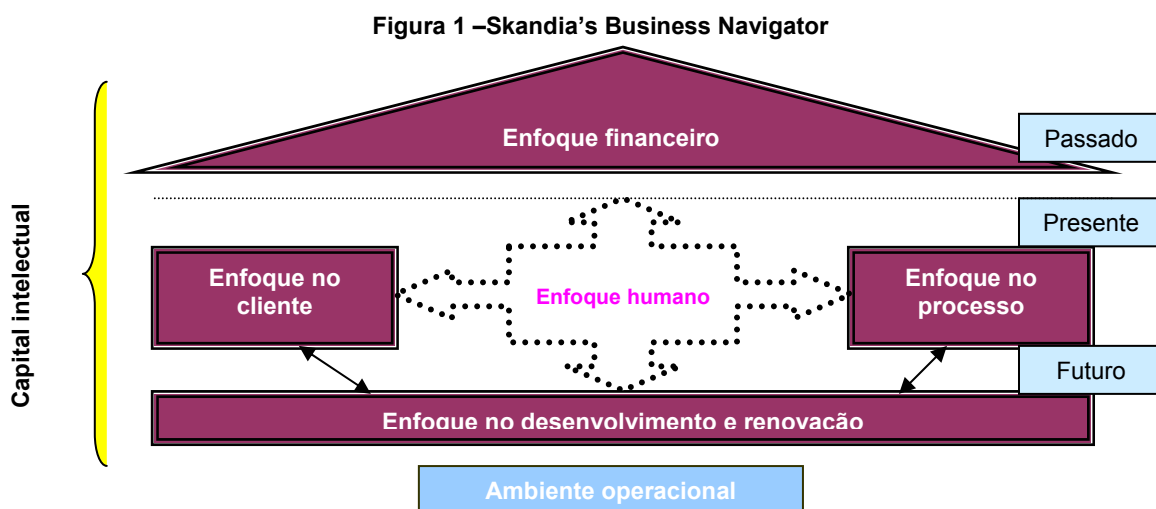
⁸ O termo “profissional” refere-se às pessoas que planeiam, produzem, processam ou apresentam os produtos ou serviços (soluções) que os clientes solicitam. São basicamente todos aqueles directamente envolvidos no trabalho para o cliente.

⁹ Este Efeito Alavanca (*Leverage Effect*) pretende determinar em que medida depende dos “profissionais” da própria empresa, a sua capacidade para gerar lucro; paralelamente determina-se a influência dos técnicos externos à empresa e que participam activamente nos projectos da mesma. Este Efeito Alavanca é obtido pela seguinte fórmula: Resultado por “profissional” = Resultado/Vendas * Vendas/TE * TE/Nº profissionais, sendo TE = N.º de empregados + N.º de técnicos externos à empresa.

¹⁰ Esta é a maior empresa da Suécia de consultoria informática, cotada na Bolsa de Estocolmo, possui cerca de 5.000 empregados.

A Skandia AFS¹¹ criou, em 1991, o Departamento de Capital Intelectual dirigido por Leif Edvinsson, com a função de encontrar uma forma de medir o valor gerado pelos processos. Segundo Edvinsson, uma empresa cujos investimentos estejam vocacionados para factores que a tornam competitiva, tais como o capital humano e a tecnologia informática, a curto prazo observam os reflexos negativos na demonstração de resultados ao ver o valor contabilístico da empresa deteriorar-se. Este mecanismo induzia a um paradoxo, pois maior era o investimento da empresa, menor seria o seu valor contabilístico no futuro¹². Impunha-se a necessidade de um novo sistema de medida e valorização do capital intelectual, o que o motivou a desenvolver a teoria do “*Capital Intelectual*” onde incorpora elementos do *Konrad Model* e do *BSC (Balanced ScoreCard)*¹³ e cria um novo modelo de divulgação que designou de “*Skandia’s Business Navigator*” (Sveiby, 1997).

Desde 1995 que esta empresa publica um relatório suplementar às contas anuais, dedicado aos seus “activos ocultos”, que tem despertado a atenção do mundo académico e empresarial a nível internacional. Neste modelo define-se capital intelectual como a soma do capital humano com o capital estrutural; este refere-se aos equipamentos, programas, bases de dados, estrutura organizacional, patentes, marcas, assim como o valor da carteira de clientes, enquanto que aquele compreende o saber-fazer (“*savoir faire*”) dos empregados, os valores da empresa, a sua cultura e filosofia. O *Skandia’s Business Navigator* incorpora cerca de trinta indicadores concernentes a cinco áreas: perspectiva financeira, perspectiva do cliente, perspectiva dos processos, perspectiva humana e perspectiva do desenvolvimento e renovação, como se apresenta abaixo.



Fonte: Edvinsson e Malone, *Capital Intelectual*. In Pompa Antunes, 1999, p. 98.

A conjugação destas áreas permite um modelo de relatório distinto, que oferece uma informação sucinta sobre os processos de criação de valor da organização e se caracteriza pelo seu carácter dinâmico, que justifica a designação de *Navigator*. A base deste modelo foi uma matriz de necessidades, onde se pretendiam juntar as áreas antes referidas para focar o capital intelectual, mostrando a forma da sua interacção e «*como se localizam no eixo do tempo da vida operacional da empresa*» (Pompa Antunes, 1999: 98). Skandia foi pioneira no esforço de identificar as fontes do que designou de capital intelectual e disponibilizar medidas para que os usuários possam mais facilmente avaliar a situação actual e futura da empresa.

¹¹ Esta empresa é subsidiária do grupo escandinavo Swedish Insurance Company Skandia; este é o maior grupo da Suécia e o quarto maior do mundo na área de seguros e serviços financeiros.

¹² Foi denominado por Edvinsson e Malone (1998: 38) de “paradoxo essencial do investimento moderno”. In Pompa Antunes, 1999, pp. 92-93.

¹³ Este modelo, da autoria de Norton e Kaplan, será objecto de análise mais atenta em secção subsequente deste trabalho.

Critica-se este modelo, porque os indicadores ou medidas adoptados por esta empresa não se podem aplicar de modo uniforme em todos os sectores de actividade, perdendo-se assim a comparabilidade, além de que não foram verificadas quanto ao seu rigor e exactidão (Litan *et al.*, 2000: 55).

Outras empresas têm vindo a desenvolver esforços de investigação nesta matéria, como é o caso espanhol do Banco Bilbao Vizcaya (BBV). Este grupo, em meados de 1997, iniciou a sua participação no Projecto Intellect, em que um dos principais objectivos era a concepção de um modelo de medição do capital intelectual, dirigido a usuários externos. No modelo concebido o capital intelectual é conformado por três grupos: capital humano, capital estrutural e capital relacional. O primeiro congrega os conhecimentos e habilidades, assim como a capacidade de aprendizagem e a criatividade do pessoal da empresa. No capital estrutural pretende-se dar a conhecer o conhecimento estruturado, explícito pela organização. Por fim, o capital relacional integra as formas de relação da empresa com os seus clientes, fornecedores, concorrentes, etc. (Sierra Fernández, 1999: 44).

4.3. Proposta de Arthur Siegel (Price Waterhouse)

Siegel [1996: 4 (*in* Zubiaurre Artola, 1998: 401-403)] é partidário da utilização de sistemas alternativos para a empresa informar acerca dos factores intangíveis onde efectua investimentos significativos. Defende que a melhoria da informação financeira exige definir quais os melhores indicadores do sucesso futuro das empresas, ou seja, os seus “*value drivers*”, devendo ser determinados com base em factores tanto de ordem interna como externa. As despesas de I&D, a qualidade dos produtos e as despesas com formação dos empregados são alguns dos exemplos de elementos de ordem interna que poderão ser utilizados como indicadores. No caso de indicadores dependentes de factores externos, poderão ser utilizadas as vendas obtidas com novos produtos, a satisfação dos consumidores ou dos empregados. O sector em que a empresa se insere bem como a sua dimensão podem influenciar a selecção dos mesmos.

Efectua uma classificação em quatro grupos das variáveis passíveis de divulgação e que são: 1) qualidade dos produtos e serviços, fidelidade dos clientes, reputação e fidelidade da marca; 2) qualidade dos empregados e direcção da empresa; 3) tecnologia e capacidade de I&D; 4) estratégia e variáveis de actuação.

Considera que a informação a divulgar sobre esses intangíveis deverá ter uma vocação externa, ainda que com carácter voluntário, enquanto não se confirme a utilidade dessa informação adicional não é justificável a sua obrigatoriedade. Esta deverá aparecer fora das demonstrações financeiras, em virtude de que estas são normalizadas e estandardizadas, o que é incompatível com as incertezas associadas às valorizações dos intangíveis e a flexibilidade exigida para a introdução de novos itens. Finalmente, a divulgação em documento separado facilita a utilização de informação previsional.

4.4. Iniciativa do FASB

Com preocupações similares, o FASB manifestou a vontade de desenvolver esforços para melhorar a capacidade informativa do relato financeiro no que se refere aos determinantes intangíveis do valor das empresas, tendo pedido às grandes empresas de contabilidade para estudar as necessidades informativas dos investidores e credores relativamente aos intangíveis (Cañibano *et al.*, 2000: 122-123). A publicação, em 1997, da SFAS 130, *Reporting Comprehensive Income*, em que se preconiza a elaboração de um novo documento complementar às demonstrações financeiras tradicionais, pode entender-se como um intento ou uma possibilidade de representar os activos intangíveis, entre outros elementos não cumpridores dos critérios de reconhecimento do modelo contabilístico actual. O objectivo desta norma é que sejam mensuradas todas as alterações de valor no património da empresa ao longo de determinado período económico. Esta “demonstração de resultados extensiva” é voluntária e sendo elaborada,

possui o mesmo nível de importância que qualquer um dos documentos típicos de prestação de contas (Zubiaurre Artola, 1998: 428).

Porém, a pressão exercida tanto do ponto de vista académico como desde a prática empresarial, relativamente à necessidade de melhorar o tratamento contabilístico dos intangíveis levou o FASB a iniciar um processo de revisão das normas contabilísticas que culminou na emissão, em 2001, das SFAS 141 e 142. Mas estas não constituem uma resposta cabal à problemática dos intangíveis, dado que a maioria continuará sem cumprir os critérios de reconhecimento e, por isso, sem reflexo nas demonstrações financeiras.

Nos anos recentes, surgiu uma multiplicidade de trabalhos, artigos e relatórios de consultores/analistas que, apontando enormes debilidades ao actual modelo contabilístico, apresentam vias alternativas e alguns sugerem que os melhores indicadores de valor da nova economia são de natureza não financeira, devendo por isso definir-se um conjunto de indicadores desse tipo que proporcionem uma melhor avaliação e comparação das empresas para os accionistas, potenciais investidores e credores. Outros opinam que os intangíveis são o elemento distintivo da nova economia e como as demonstrações financeiras somente reflectem os adquiridos, então as normas contabilísticas deverão exigir informação sobre os gerados internamente (FASB, 2002a).

A constatação desta problemática e dualidade de perspectivas comentada levou o FASB a apresentar, em 2001, uma proposta de discussão de um Projecto sobre a divulgação de informação dos intangíveis não reconhecidos nas demonstrações financeiras. Em Janeiro de 2002, o Board incluiu na sua agenda o Projecto, *Disclosure of Information about Intangible Assets Not Recognized in Financial Statements* pretendendo que, até meados de 2003, seja emitido um projecto de norma (não emitido até ao momento). Essa divulgação de informação adicional permitiria atingir os seguintes objectivos: enriquecer a informação para os accionistas, investidores e credores, aumentando igualmente a sua qualidade e, seria o primeiro passo para uma futura revisão do modelo contabilístico que venha a permitir o reconhecimento pleno dos intangíveis gerados internamente. Além disso, pretende-se também estimular as empresas a identificar os seus activos intangíveis e outros indicadores de valor e recolher informação sobre os mesmos que antes não transparecia, nem nos relatórios de gestão. Ponderadas as possibilidades entre que essa informação ou documento complementar seja voluntário ou obrigatório, o Board decidiu trabalhar no sentido de exigir informação sobre os activos intangíveis (FASB, 2002b).

4.5. Proposta do Projecto Meritum

O Projecto Meritum (*Measuring Intangibles to Understand and Improve Innovation Management*) foi desenvolvido por um grupo de investigadores de diversas instituições e países da UE¹⁴, tendo sido iniciado em Novembro de 1998 e finalizado em Abril de 2001. Os grupos de investigação partiram da análise dos sistemas de gestão de Capital Intelectual em empresas pioneiras através do estudo de casos e subsequente aplicação do método de Delphi, com o objectivo de propor um leque de directrizes para a mensuração dos intangíveis e a posterior transmissão de informação a respeito. O culminar dos múltiplos trabalhos desenvolvidos e apresentados no decorrer desse período, deu-se com a apresentação ao público das “Directrizes para a Gestão e Difusão de Informação sobre Intangíveis” (2002), ou mais propriamente, com a proposta de um modelo de Relatório do Capital Intelectual, através do qual se comunica aos usuários interessados os esforços aplicados pela empresa na criação e gestão dos seus intangíveis.

¹⁴ Participaram neste projecto os seguintes países e instituições: Espanha (Coordenador; IADE-Universidade Autónoma de Madrid e Universidade de Sevilha), França (Grupo HEC), Finlândia (Research Institute of the Finnish Economy and the Swedish School of Economics and Business Administration), Suécia (Stockholm University e IPF), Dinamarca (Copenhagen Business School e Aarhus Business School) e Noruega (Norwegian School of Management).

Com esse Relatório ou Demonstração, de carácter voluntário, pretende-se complementar as demonstrações financeiras elaboradas nos moldes normais, respeitando as normas contabilísticas vigentes. Deverá o mesmo estruturar-se em três partes (Proyecto Meritum, 2002: 38-42):

- **Visão da empresa:** descrição dos objectivos estratégicos da entidade assim como dos intangíveis críticos que deve adquirir, desenvolver ou manter para alcançar os mesmos.
- **Síntese dos recursos intangíveis disponíveis** e das **actividades intangíveis** levadas a cabo até ao momento para concretizar os objectivos estratégicos.
- **Sistema de indicadores** dos recursos e actividades intangíveis que permitam dar a conhecer o grau de (in)cumprimento dos objectivos estratégicos da empresa. Pretende-se que os interessados na empresa possam realizar uma estimativa acertada dos benefícios económicos futuros e conheçam o risco inerente a investir na mesma. Para isso, deverão divulgar-se um leque de indicadores, bem como a sua tendência previsível e a relação com os resultados e crescimento futuros da empresa.

Nestas primeiras Directrizes¹⁵ não foi definido um conjunto de indicadores fixo e predeterminado, sugerindo-se que cada empresa elabore e adopte a sua lista própria de indicadores. Deverá criar-se uma lista “aberta”, de modo que possa reflectir as mudanças dentro da organização, incluindo novos indicadores quando necessários, ainda que os considerados chave deverão ser estáveis para permitir a sua comparabilidade temporal. Todavia, enunciam-se algumas recomendações a respeito:

- devem referir-se às três categorias propostas de classificação do Capital Intelectual: humano, relacional e estrutural;
- devem distinguir entre recursos (os valores em intangíveis que a empresa dispõe num momento dado) e actividades (acções concretizadas para aumentar esses valores);
- podem ser financeiros ou não financeiros ainda que, sempre que possível, devem eger-se os primeiros.

Entre as várias propostas apresentadas até ao momento para representar esse “todo invisível” das organizações, esta mostra-se como uma das mais dinamizadas e com bom acolhimento. Ainda tratando-se da elaboração de um apêndice ou documento complementar às contas actuais, este poderia incluir indicadores de vários tipos. Actualmente, o modelo proposto para a divulgação e gestão dos intangíveis encontra-se em fase de aplicação em várias empresas piloto de cada país participante, para que as mesmas identifiquem os seus intangíveis e definam os próprios indicadores em função do nível de informação que se disponham a difundir (ou mesmo, numa fase inicial, somente a nível interno).

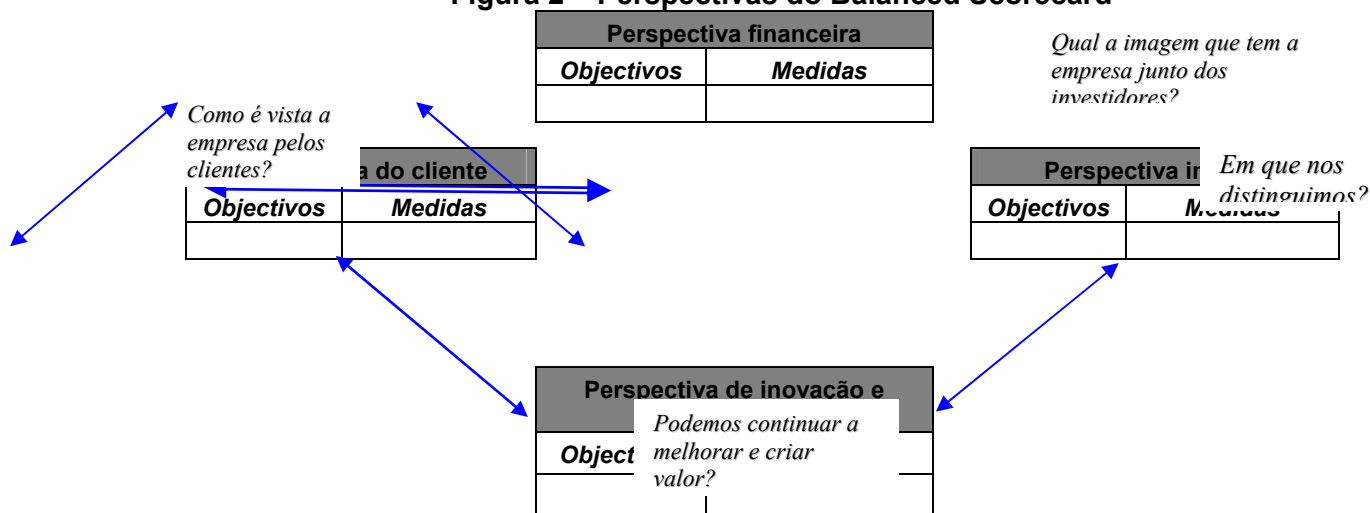
4.6. Proposta de Kaplan e Norton

Para estes autores (1992: 71) as medidas financeiras tradicionais da *performance*, como a rentabilidade económica ou os resultados por acção, foram adequadas na era industrial mas estão totalmente desajustadas face às novas técnicas aplicadas actualmente pelas empresas para obter vantagens competitivas. Desenvolveram por isso, o conceito de “*Balanced ScoreCard*” (*BSC*), como um modelo de informação que permite aos gestores obter uma visão instantânea, ainda que ampla, do seu negócio, com base num conjunto de indicadores em que medidas financeiras são complementadas com medidas não financeiras. Este conjunto de medidas é definido atendendo às quatro perspectivas seguintes: financeira; dos clientes; interna e, da inovação e aprendizagem. Estas perspectivas permitirão responder a quatro questões essenciais da vida da empresa, interagindo conforme apresentamos na figura 2.

¹⁵ Os trabalhos avançados neste projecto terão a sua continuidade e/ou conclusão assegurada por outro, servindo-lhe de ponto de partida, denominado E*KNOW-NET, iniciado em Maio de 2001.

Visam forçar os gestores a centrar a sua atenção num conjunto mais ou menos restrito de indicadores especialmente críticos que estejam associados às estratégias de cada empresa. O sistema correctamente construído facultará um conjunto de medidas interrelacionadas e objectivas que se reforçam mutuamente ao combinar medidas de resultados com medidas de execução, específicas de cada unidade ou segmento de negócio, permitindo evidenciar um conjunto de relações causa-efeito entre medidas de *output* e factores de rendimento. A utilidade do BSC assenta fundamentalmente no facto de permitir aos gestores controlar simultaneamente os resultados financeiros no curto-prazo e o progresso da aquisição de intangíveis que asseguram o sucesso da empresa, conciliando assim as perspectivas de curto e longo prazo.

Figura 2 – Perspectivas do Balanced Scorecard



Fonte: Kaplan e Norton (1992), *The Balanced Scorecard – Measures That Drive Performance*, p. 71.

Um número significativo de grandes empresas¹⁶ passou a incorporar um BSC nas suas demonstrações financeiras com a finalidade de proporcionar aos investidores actuais e potenciais uma visão mais precisa dos determinantes fundamentais do valor das suas acções. Kaplan [1999 (*in* Cañibano *et al.*, 1999: 70)] qualifica como bastante positiva a experiência destas empresas ao longo dos cinco anos seguintes à adopção do BSC. O BSC foi desenvolvido com uma orientação predominantemente interna, enquanto instrumento de gestão que abrange e visa divulgar informação diversa alheia aos intangíveis e constitui um modelo alternativo global de informação, financeira e não financeira.

Norreklit (2000) formula algumas críticas e sugestões de melhoria. Afirma tratar-se de uma ferramenta que amplia o âmbito de medida disponibilizado pela contabilidade, contribuindo para a redução dos problemas inerentes à utilização exclusiva de medidas financeiras, servindo em simultâneo como instrumento de controlo. Todavia, observa alguns problemas relacionados com os seus pressupostos e relações, como sejam: não integra a necessária dimensão temporal para analisar as relações causa-efeito, a relação entre as medidas é descrita de forma ambígua, inexistência de uma relação causal (interdependência) entre as medidas das quatro perspectivas focadas e, por fim, ausência de fundamento teórico do modelo baseando-se no empirismo.

4.7. Proposta de Blanco Dopico

Segundo Blanco Dopico (1998: 155) um sistema de informação financeira deverá ser concebido tendo como base as necessidades dos respectivos usuários, entendendo que, diante das novas e distintas circunstâncias económicas e seus efeitos na gestão

¹⁶ Por exemplo, Buchman Laboratories International, Brown and Root Energy Services, the Chase Bank, Cigna Property and Casualty, Dow Chemical Co., Mobil Marketing and Refining e Skandia.

empresarial, uma resposta eficiente às necessidades informativas (externas e internas) exige a sua concepção com base na estratégia da empresa, na sua estrutura e envolvente. Opina que as demonstrações financeiras deverão complementar a sua perspectiva financeira com outras adicionais, referindo as seguintes (1998: 162-164):

- **Perspectiva interna ou de processos empresariais internos:** reúne as informações respeitantes a processos que sejam fonte de vantagens competitivas ou relacionadas com áreas e factores críticos de sucesso para manter a competitividade.
- **Perspectiva externa:** recolhe aspectos relacionados com a envolvente, em especial com os clientes da empresa, com a estrutura de custos dos concorrentes e, em geral, com o mercado e ambiente global, político, económico e social em que se insere a empresa. Pode, por sua vez, desdobrar-se na perspectiva do cliente, em que se visa informar sobre os resultados conseguidos na satisfação do cliente e, dos mercados e concorrência, cujo objectivo é o conhecimento da posição da empresa em relação aos seus concorrentes.
- **Perspectiva de inovação e aprendizagem:** visa conhecer e informar acerca das qualidades dos recursos humanos e suas potencialidades face às novas exigências estratégicas da empresa.

A concepção do sistema de informação empresarial deverá compatibilizar, de forma equilibrada, medidas financeiras (quantitativas em unidades monetárias) e não financeiras (quantitativas em unidade físicas, e qualitativas), tendo em conta distintos horizontes temporais e diversas perspectivas. A contabilidade será validada quando os procedimentos que suportam as demonstrações financeiras sejam suficientemente efectivos para fornecer a informação necessária sobre as variáveis que influenciam as decisões; essa não será possível se estiverem excluídas do sistema contabilístico certas informações ou por se referirem a variáveis alheias à empresa ou pela sua difícil medição (1998: 169).

A emissão de informação não financeira será delimitada pelo objectivo que a empresa atribua a essa decisão, no seio dos seus objectivos globais, exigindo uma análise prévia da capacidade e eficácia do sistema de informação possuído. Definidos estes parâmetros, o novo sistema de informação será concebido de forma a responder às exigências o que significa que essa informação adicional poderá ser dirigida fundamentalmente para utilização interna. Quando tenha um fim externo, para seleccionar a informação para facultar ao usuário pode recorrer-se a um duplo filtro: através de delimitação negativa, em que se listam as informações a não transmitir ao exterior por motivos vários (informação que prejudique a imagem da empresa; informação inútil; informação não rentável; informação impossível de reflectir) e por delimitação positiva, onde se define qual a informação útil, face às suas preferências e prioridades, para o usuário externo. Na sua opinião, além do carácter confidencial de muita informação da vida da empresa, considera necessário distinguir entre uma óptica de usuário interno e usuário externo; este deverá receber informação baseada na fiabilidade e relevância. Blanco Dopico situa a sua proposta como complemento da informação externa de carácter financeiro (Zubiaurre, 1998: 418), explicitando alguns indicadores para uma perspectiva não financeira, que mostramos abaixo.

Quadro 4 – Indicadores Não Financeiros de Blanco Dopico

| 1 – CLIENTES | |
|------------------------------------|---|
| 1.1 – Satisfação do produto | <ul style="list-style-type: none"> ▪ N.º de clientes que repetem ▪ Intenção de compra ▪ N.º de reclamações |
| 1.2 – Qualidade do produto | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Vendas do produto/ n.º de clientes ▪ N.º de reclamações ▪ Clientes que repetem/clientes que compram pela primeira vez |
| 1.3 – Associação | <ul style="list-style-type: none"> ▪ N.º de esforços de associação |
| 2 – MERCADOS E CONCORRÊNCIA | |
| 2.1 – Vendas e quotas de mercado | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ranking no sector ▪ Participação absoluta e relativa no mercado |

| | |
|--------------------------------|--|
| | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Penetração e crescimento do mercado |
| 2.2 – Compras e fornecedores | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Compras a fornecedores exclusivos/compras totais ▪ Nível de colaboração ▪ Políticas de financiamento ▪ Qualidade dos fornecedores |
| 2.3 – Concorrência | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ranking no sector ▪ Análise de benchmarking ▪ Nível de tecnologia no sector ▪ Novos produtos |
| 3 - INOVAÇÃO | |
| 3.1 – Vantagem tecnológica | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Tempo para desenvolver inovações ▪ I&D em novas tecnologias |
| 3.2 – Aprendizagem de fabrico | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Tempo de processo para maturação |
| 3.3 – Novos produtos | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Vendas novos produtos/vendas totais |
| 4 – PROCESSOS INTERNOS | |
| 4.1 – Excelência de fabricação | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Tempo do ciclo ▪ Custo unitário ▪ Custo por processo/custo total do produto ▪ % peças defeituosas ▪ N.º reclamações a fornecedores ▪ N.º reclamações de clientes ▪ % produtos reelaborados |
| 4.2 – Produção e produtividade | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Volume global de produção ▪ N.º de unidades produzidas por unidade de tempo e empregado ▪ Margem bruta/remunerações e salários |
| 4.3 – Clima social e formação | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Estabilidade laboral ▪ Nível de especialização ▪ Nível de absentismo ▪ Salário mais alto/salário mais baixo ▪ % despesas de formação/despesas totais ▪ % despesas em segurança |

Fonte: Blanco Dopico (1998), *Los otros estados contables ...*, pp. 179-180.

5. Reflexões finais

Do trabalho exposto, em que começámos por abordar a complexidade da valorização dos intangíveis e, seguidamente, explanámos alguns modelos propostos baseados em indicadores não financeiros como alternativa ao reconhecimento pleno, podemos sintetizar as seguintes ideias e reflexões:

- As normas contabilísticas sobre intangíveis, ora vigentes, assumem que é imprescindível obter um custo ou valor, mensurado com fiabilidade, como condição para o reconhecimento inicial e pleno dos activos intangíveis, cumulativamente com o cumprimento dos restantes critérios.
- A análise das distintas abordagens de valorização permitiu deixar claro que não existem ainda soluções globais, objectivas e com níveis de (in)certeza aceitáveis para efeitos do seu reconhecimento pleno. Os problemas relacionados com a obtenção de valorizações fiáveis dos intangíveis acentuam-se ainda mais para os gerados internamente e também para isolar os identificáveis do *goodwill*, quando há uma combinação de empresas. Numa aquisição separada, ainda com os inconvenientes apontados ao custo histórico, tem-se disponível um valor considerado fiável. Ainda que para efeitos da mensuração subsequente (reavaliação e teste de imparidade) apresentar-se-ão dificuldades similares.
- Os métodos baseados no custo, particularmente o histórico, continuam a ser objecto da preferência dos organismos normalizadores, classificados como a única abordagem válida para os activos intangíveis, postura sustentada pela necessidade de garantir a objectividade e fiabilidade dos valores reflectidos nas demonstrações financeiras. Porém, tanto as valorizações com base no custo histórico como de reposição enfermam na sua aplicação prática aos intangíveis.

- Os métodos baseados nos fluxos receberam, nos últimos anos, maior protagonismo, podendo em nossa opinião, ser *quijá* uma base adequada para, no futuro, ir minimizando os problemas resultantes da inaplicabilidade ou ineficácia dos anteriores. Frequentemente, surgem empresas a promover os seus modelos mas os argumentos positivos, entre eles a total fiabilidade, provêm da publicidade efectuada pelos próprios autores. Na realidade, a qualidade da valorização encontra-se demasiado dependente dos conhecimentos do avaliador. Em virtude da complexidade do processo de valorização e necessidade de um bom conhecimento micro e macroeconómico para a sua concretização, somos favoráveis a que o mesmo seja desenvolvido por indivíduos ou empresas especializadas, ou sendo alguém interno à empresa, que receba assessoria.
- A Estrutura Conceptual do IASB (1989, § 24) enuncia a fiabilidade e a relevância, além da compreensibilidade e comparabilidade, como principais características qualitativas da informação financeira. A aceitação do reconhecimento de qualquer elemento nas demonstrações financeiras implica considerar o necessário equilíbrio entre ambas. Porém, o modelo de reconhecimento contabilístico potencia a fiabilidade em detrimento da relevância, o que significa que, atingido o limite dessa relação de equilíbrio, a garantia de níveis aceitáveis de fiabilidade da informação financeira é realizada à custa da redução da relevância. Mas, a relação fiabilidade-relevância não é algo imutável [Power, 1992: 57 (*in* Zubiaurre Artola, 1998: 297)], varia com a própria dinâmica da cultura de uma sociedade.
- Os activos intangíveis, quando valorados com recurso a metodologias baseadas nos fluxos e utilização de múltiplos situam-se por ora, numa relação de desequilíbrio fiabilidade-relevância. Todo o processo entranha um elevado subjectivismo, não proporcionando valores finais aceitáveis para a contabilidade permitir o reconhecimento pleno. A subjectividade e a falta de um marco conceptual para a valorização dos intangíveis são os motivos mais ressaltados para justificar que as normas contabilísticas não aceitem o reconhecimento destes elementos.
- Esta apreciação das técnicas de valorização não significa que todas são inválidas. Porém, nenhuma fornece uma solução generalizável e de total fiabilidade, sendo usualmente de aplicação dirigida a intangíveis específicos (por exemplo, as marcas). Por tal facto, cremos que, em primeiro lugar, se deveriam estabelecer algumas bases normativas para os métodos e processo de valorização, apostando no desenvolvimento das técnicas baseadas nos fluxos. E, as empresas deveriam divulgar os fundamentos dos processos utilizados, ou seja, os parâmetros que sustentam os valores obtidos, para dar credibilidade às mensurações utilizadas.
- O esforço para realizar esse processo de valorização pode ser compensatório, ao constituir também uma importante ferramenta para os próprios gestores conhecerem os recursos fonte das suas vantagens competitivas, pelo que deverá ser incentivado. No futuro, a verificar-se esta importância crescente deste novo conjunto de activos em especial pela sua capacidade diferenciadora e geradora de vantagens competitivas para as organizações, é necessária uma solução que permita ao usuário conhecer e avaliar aquelas em que está interessado, e em simultâneo, que essas justifiquem o valor apresentado (no caso das cotadas) seja para investidores, accionistas, trabalhadores, clientes, fornecedores, etc.
- No entanto, modificar o modelo contabilístico de forma radical como implicaria a aceitação do reconhecimento pleno de todos os intangíveis seria um passo demasiado grande para um futuro próximo; por um lado porque as demonstrações financeiras tradicionais ainda contêm um volume significativo de informação relevante e por outro, os custos associados a uma mudança radical seriam vultuosos. Entre as diversas abordagens propostas para suprir essa lacuna do modelo actual, parece mais exequível a que encoraja a divulgação voluntária de informação e desenvolvimento de documento complementar no âmbito da estrutura conceptual ora existente (Cañibano *et al.*, 2000: 123). A utilização de indicadores não financeiros, tanto com vocação interna como

externa, combinados em alguns casos com esse apêndice às contas actuais, é um dos caminhos propostos em diversos modelos alternativos de representação, resolvendo numa perspectiva de curto/médio prazo o problema da credibilidade nos métodos de valorização disponíveis à data.

- Este caminho não é uma panaceia nem está isento de críticas. Por um lado, existe cepticismo quanto às possibilidades reais da divulgação voluntária, em particular porque, os responsáveis das empresas não revelam nessas condições informação que seja efectivamente significativa. Por outro, na opção de utilizar indicadores não financeiros, ainda que podem ser eficazes para alguns sectores de actividade específicos, segundo alguns autores, normalmente a informação de carácter não financeiro não exerce um papel efectivo para os mercados de capitais. Além do mais, segundo Lev, a conjugação dos dois aspectos, ou seja, a inclusão voluntária de informação externa complementar com base em indicadores não financeiros, não terá relevância se produzida sem enquadramento numa estrutura que delimite as características qualitativas e quantitativas dos mesmos.
- Neste contexto, consideramos primordial como um primeiro passo a emissão de normas ou directrizes sobre métodos de valorização. Em segundo lugar, recorrer a indicadores não financeiros pode ser uma opção com bastante interesse mas de preferência com algumas bases harmonizadas por detrás, para permitir uma certa dose de comparabilidade. Em todo caso, no ambiente actual de elevada competitividade entre empresas, fenómeno económico interrelacionado com a tão propalada globalização, o conhecimento dos intangíveis para fins internos através de indicadores não financeiros constitui já uma vantagem competitiva com reflexos em uma gestão empresarial mais eficaz.

6. Bibliografia

- ACCOUNTING STANDARDS BOARD (1997), *Goodwill and Intangible Assets*, Financial Reporting Standard, FRS 10, Dezembro.
- AMERICAN INSTITUTE OF CERTIFIED PUBLIC ACCOUNTANTS (1994), "Improving Business Reporting – A Customer Focus. Meeting the Information Needs of Investors and Creditors". *Comprehensive Report of the Special Committee on Financial Reporting*. Available at <<http://www.aicpa.org/members/div/acctstd/ibr/index.htm>>, em 15-06-2001.
- BARWISE, P., HIGSON, C., LIKIERMAN, A. e MARSH, P. (1989), *Accounting for Brands*, London: The London Business School and The Institute of Chartered Accountants of England and Wales. ISBN 1-85355-031-0.
- BLANDO DOPICO, M. I. (1998), "Los Otros Estados Contables del Taxista. Una Visión Integral desde la Perspectiva de la Contabilidad de Costes y de Gestión", in *II Jornada de Trabajo sobre Teoría de la Contabilidad*, Alcalá de Henares, Janeiro, pp. 155-182: ASEPUC.
- BROCKINGTON, R. (1995), *Accounting for Intangible Assets. A New Perspective on the True and Fair View*, London: The Economist Intelligence Unit. ISBN 0201422735.
- CAÑIBANO, L. e SÁNCHEZ, M. P. (1997), "La valoración de los intangibles. Estudios de Innovación vs Información Contable-Financiera", in *Comunicaciones do IX Congreso da Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA)*, Salamanca, Setembro, Tomo 1, pp. 287-308.
- CAÑIBANO, L., GARCÍA-AYUSO COVARSI, M. e SÁNCHEZ, M. P. (1999), "La Relevancia de los Intangibles para la Valoración y la Gestión de Empresas: Revisión de la Literatura", *Revista Española de Financiación Y Contabilidad*, Extraordinario n.º 100, pp. 17-88.
- _____ (2000), "Accounting for Intangibles: a Literature Review", *Journal of Accounting Literature*, Vol. 19, pp. 102-130.
- Chartered Institute of Managements Accountants (2002): "Understanding corporate value: managing and reporting intellectual capital". Available at <<http://www.cimaglobal.com/downloads/intellectualcapital.pdf>>, em 16-06-2003.
- EGGINTON, D. A. (1990), "Towards Some Principles for Intangible Asset Accounting", *Accounting and Business Research*, London, Vol. 20, N.º 79, Summer, pp. 193- 205.
- FINANCIAL ACCOUNTING STANDARDS BOARD (1984), *Recognition and Measurement in Financial Statement of Business Enterprises*, Statement of Financial Accounting Concepts, SFAC 5, Dezembro, Stamford.
- _____ (2001), *Business combinations*, Statement of Financial Accounting Standards, SFAS 141, Junho, Stamford.
- _____ (2001), *Goodwill and Other Intangible Assets*, Statement of Financial Accounting Standards, SFAS 142, Junho, Stamford.
- _____ (2002a), *Proposal for a New Agenda Project: Disclosure of information about intangible assets not recognized in financial statements*. Available at <www.fasb.org/project/proposals.html>, em 20-02-2002.
- _____ (2002b), *Project Updates: Disclosure about intangible assets*. Available at <www.fasb.org/project/intangibles.shtml>, em 21-07-2002.
- HARBERT, T. (1997), "Intangibles Count in a Company's Valuation", *Electronic Business*, Vol. 23, N.º 11, Novembro, p. 28.

INTERNATIONAL ACCOUNTING STANDARDS BOARD (1989), *Estrutura Conceptual para a Preparação e Apresentação das Demonstrações Financeiras*, Abril. Tradução constante no Manual do Revisor Oficial de Contas.

_____ IASB (1998a), *IASC publishes long awaited standard on Intangible Assets*, News Releases, 01 Outubro.

_____ IASB (1998b), *Intangible Assets*, International Accounting Standard, IAS 38, Setembro.

_____ IASB (1998c), *Basis for Conclusions: IAS 38, Intangible Assets, IAS 22 (Revised 1998), Business Combinations, and Summary of Changes to E60 and IAS 22*, Outubro.

_____ IASB (1998d), *Impairment of Assets*, International Accounting Standard, IAS 36, Junho.

KAPLAN, R.S. e NORTON, D.P. (1992), "The Balanced Scorecard: Measures that Drive Performance", *Harvard Business Review*, Janeiro-Febrero, pp. 71-79.

_____ (1993), "Putting the Balanced Scorecard to Work", *Harvard Business Review*, Setembro-Outubro, pp. 134-142.

KING, A. M. e HENRY, J. M. (1999), "Valuing Intangible Assets Through Appraisals", *Strategic Finance*, Vol. 81, N.º 5, Novembro, pp. 32-37.

LEV, B. e ZAROWIN, P. (1998a), *The Boundaries of Financial Reporting and How to Extend Them*, OECD Work on Measuring Intangible Investment, Stern School of Business (NYU) and Organization for Economic Co-Operation and Development (OECD).

LITAN, R. E. e WALLISON, P. J. (2000), *The GAAP Gap – Corporate Disclosure in the Internet Age*, Washington D.C.: AEI – Brookings Joint Center for Regulatory Studies.

MARTÍNEZ OCHOA, L. (1999), "Relevancia de la Información Contable y Activos Intangibles", in *Comunicaciones del X Congreso da AECA*, Zaragoza, 23-25 de Setembro: AECA.

MAVRINAC, S. e SIESFELD, T. (1998), *Measures that Matter: an Exploratory Investigation of Investors Information Needs and Value Priorities*, OECD Work on Measuring Intangible Investment, Ernst & Young Center for Business Innovation and Organisation for Economic Co-Operation and Development (OECD).

MORTENSEN, J., EUSTACE, C. e LANNOO, K. (1997), *Intangibles in the European Economy*, paper presented at the CEPS Workshop on Intangibles in the European Economy, Brussels.

MULLEN, M. (1993), "How to Value Intangibles", *Accountancy*, Vol. 112, N.º 1203, Novembro, pp. 92-94.

NORREKLIT, H. (2000), "The Balance on the Balanced Scorecard – a Critical Analysis of Some of its Assumptions", *Management Accounting Research*, Vol. 11, N.º 1, Março, pp. 65-88.

POMPA ANTUNES, M. T. (1999), *Capital Intelectual*, São Paulo: Editora Atlas. ISBN: 8522425019.

PROYECTO MERITUM (2002), *Directrices para la Gestión y Difusión de Información sobre Intangibles (Informe de Capital Intelectual)*, Madrid: Fundación Airtel Móvil. ISBN 84-930298-9-0.

REILLY, R. F. (1996), "The Valuation of Intangible Assets", *The National Public Accountant*, Vol. 41, N.º 7, Julho, pp. 26-29, 38-40.

REILLY, R. F. e SCHWEIHS, R. P. (1997), *Valuing Accounting Practices*, Canada: John Wiley & Sons, Inc.. ISBN 0-471-17224-3.

_____ (1999), *Valuing Intangible Assets*, New York: McGraw-Hill International Editions. ISBN 0-7863-1065-0.

SIERRA FERNANDEZ, M. (1999), "¿Hacia una nueva contabilidad?: contabilidad del capital intelectual", *Boletín AECA*, N.º 49, Abril-Junho, pp. 43-45.

SVEIBY, K. E. (1997), *Measuring Intangible Assets*. Available at <<http://203.32.10.69/IntangAss/MeasureIntangibleAssets.html>>, em 29-03-2000.

_____ (1999), *The Balanced Score Card (BSC) and the Intangible Assets Monitor*. Available at <<http://203.32.10.69/BSCandIAM.html>>, em 29-03-2000.

ZUBIAURRE ARTOLA, M. A. (1998), *Evolución de lo Reconocimiento de los Activos Intangibles*, Universidad del País Vasco (Euskal Herriko Unibertsitatea). Tese de Doutoramento (defendida em 1999).

_____ (1999), "Intangible Assets: Still Work to Do", comunicação apresentada no 22nd Annual Congress of the European Accounting Association (EAA'1999), Bordeaux, 5-7 de Maio.