



INSTITUTO POLITÉCNICO DE COIMBRA

INSTITUTO SUPERIOR DE CONTABILIDADE E ADMINISTRAÇÃO DE
COIMBRA

RELATÓRIO DE ESTÁGIO
CAPITAL INTELECTUAL: UM ESTUDO DE
CASO NO BISTP

D`Javana Suely Neto Alves Esteves

Relatório de Estágio realizado no Mestrado de Auditoria Empresarial e
Pública sob a orientação de:

Professora Doutora Fernanda Cristina Pedrosa Alberto

Outubro de 2015

RELATÓRIO DE ESTÁGIO

CAPITAL INTELECTUAL: UM ESTUDO DE

CASO NO BISTP

D`Javana Suely Neto Alves Esteves

Relatório de Estágio realizado no Mestrado de Auditoria Empresarial e Pública sob a orientação de:

Professora Doutora Fernanda Cristina Pedrosa Alberto

Outubro de 2015

AGRADECIMENTOS

Na conclusão deste ciclo importante, é com muita satisfação que agradeço a todos os que contribuíram para a elaboração deste relatório.

À Professora Doutora Fernanda Alberto, por ter aceitado orientar este estágio e relatório e pela disponibilidade e empenho que demonstrou ao longo da realização deste trabalho. Agradeço também, todas as suas sugestões que me indicaram o caminho a seguir.

Ao Dr. António Grácio pela oportunidade de realizar o estágio curricular e por todo o apoio prestado.

À Dra. Elizabete Pina, supervisora por parte do BISTP, pela sua dedicação que me disponibilizou para a elaboração do relatório.

À toda a equipa do BISTP, com quem trabalhei, que me recebeu da melhor forma e transmitiu conhecimentos valiosos.

Aos meus pais António e Irene, os meus pilares, as palavras são poucas para expressar todo o meu agradecimento por toda a educação, amor, dedicação e força em todos os momentos da minha vida.

Às minhas irmãs Paulina e Leila, pelo apoio e amizade durante a minha jornada.

Aos meus amigos e familiares pelo apoio e incentivo.

A todos os meus sinceros agradecimentos.

RESUMO

O presente relatório é o resultado final de um estágio curricular realizado no âmbito do mestrado em Auditoria Empresarial e Pública do Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Coimbra (ISCAC), no Banco Internacional de São Tomé e Príncipe (BISTP). O estágio teve como objetivo proporcionar a inserção da estagiária no mercado de trabalho e adquirir conhecimentos e competências essenciais para o seu desenvolvimento pessoal e profissional.

Nas últimas décadas a globalização da economia mundial e o desenvolvimento contínuo das novas tecnologias de comunicação e de informação conduziram as organizações a procurarem novas fontes de riqueza e de vantagens competitivas para garantirem a sua sustentabilidade e sobrevivência a longo prazo. Como consequência, os ativos intangíveis destacam-se como fatores críticos de crescimento sustentável e o capital intelectual tornou-se o principal recurso das organizações. O capital intelectual é constituído pelo capital humano, capital estrutural e capital relacional, considerando-se que o capital humano compreende o conhecimento e a experiência dos colaboradores da organização, o capital estrutural engloba o conjunto de conhecimentos codificados que são propriedades da organização e o capital relacional compreende as relações com a envolvente externa. Essa nova realidade intangível no meio empresarial tem constituído um desafio para a contabilidade no que toca ao reconhecimento, à mensuração e à divulgação do valor gerado por este recurso, apesar do crescente reconhecimento da sua importância estratégica.

Na elaboração deste trabalho, além da descrição da entidade acolhedora e atividades realizadas durante o estágio, procede-se à revisão dos principais conceitos e literatura relativamente aos ativos intangíveis e, em particular, ao capital intelectual. De seguida, apresenta-se o estudo de caso que foi realizado com o objetivo de averiguar a importância e a situação dos indicadores de capital intelectual no BISTP. Para o efeito foi utilizado um questionário baseado na proposta do Modelo *Intellect*, dirigido aos gerentes das doze agências.

O estudo permite concluir que o capital intelectual é importante e valorizado na empresa, pois os indicadores selecionados obtiveram um resultado satisfatório na avaliação efetuada pelos gerentes das agências, permitindo identificar os pontos fortes e os pontos fracos que podem ser melhorados para proporcionar à empresa um melhor desempenho.

Palavras-Chave: ativos intangíveis, capital intelectual, capital humano, capital estrutural, capital relacional.

ABSTRACT

This report is the final outcome of a traineeship that was done for a master in Public and Business Auditing at the Coimbra High School of Accounting and Business. The traineeship was held in the International Bank of Sao Tome and Principe and had a main purpose of providing the trainee a better integration into the job market as well as the acquirement of knowledges and important skills that will help the trainee in a personal and professional development.

In the last decades, the globalization of the worldwide economy and progressive development of the new technologies of communication and information led organizations to seek new enrichment sources and new competitive advantages to ensure theirs sustainability and continuation along the years.

Hence, the intangible assets stands as a critical factors of sustainable growth and the intellectual capital becomes the main organization's resource. The intellectual capital consists of human capital, structural capital and relational capital. Regarding that human capital comprises the knowledges and the experience of the organization's employees, structural capital cover a field of codified knowledge that are part of organization properties and the relational capital comprises the relations with the external environment. Despite the growing recognition of his strategical importance, this new intangible reality that arrived in the enterprise field has becoming a challenge for accounting, when regarding recognition of knowledge, mensuration and disclosure of the generated value by this resource.

In this work, firstly we present the BISTP and we describe the activities done during the traineeship, and after, we revise the main concepts and literature that are associated with intangible assets and, in special, with intellectual capital. Moreover, we present the case study developed to check the importance and the situation of intellectual capital indicators in the BISTP. To achieve this purpose, we used a questionnaire based on the *intellect* Model proposal targeting the twelve agency's manager. After this study, we are able to conclude that intellectual capital is important and largely valued in the Bank since the selected indicators had a satisfactory outcome on the evaluation carried out by the managers. We also were able to identify the strong and weak points that can be improved to provide a better performance of the enterprise.

Keywords: intangible assets, intellectual capital, human capital, structural capital, relational capital.

ÍNDICE

AGRADECIMENTOS.....	i
RESUMO	ii
ABSTRACT	iii
ÍNDICE	iv
ÍNDICE DE TABELAS	vi
ÍNDICE DE FIGURAS	vi
ABREVIATURAS	vii
1. INTRODUÇÃO	1
1.1. Justificação da opção “Estágio e relatório”	2
1.2. Objetivos e estrutura do relatório	2
2. LOCAL DE ESTÁGIO E ATIVIDADES DESENVOLVIDAS	4
2.1. O sistema bancário em São Tomé e Príncipe	4
2.1.1. Apresentação do país.....	4
2.1.2. Caracterização do sistema bancário	5
2.2. O Banco Internacional de São Tomé e Príncipe.....	12
2.2.1. Caracterização	12
2.3. O estágio no BISTP	13
2.3.1. Enquadramento.....	13
2.3.2. DPA – Direção de Particulares e Agências	14
2.3.2.1. Agência Sede	14
2.3.2.2. Agência de Vila Maria	18
2.3.2.3. NAA - Núcleo de Apoio Administrativo à DPA	20
2.3.3. GRC – Gabinete de Recuperação de Crédito.....	22
2.3.4. GPC – Gabinete de Planeamento e Controlo	23
2.3.5. Gabinete de Contabilidade	26
2.3.6. Direção de Auditoria.....	28
2.3.7. Reflexão crítica	30
3. REVISÃO DE LITERATURA	32
3.1. Ativos intangíveis	32

3.1.1. Importância dos ativos intangíveis no mundo atual.....	32
3.1.2. Conceitos e características	33
3.1.3. Classificação	35
3.1.4. Enquadramento contabilístico dos ativos intangíveis	38
3.1.4.1. <i>International Accounting Standard 38</i>	38
3.1.5. Limitações na contabilização dos ativos intangíveis	45
3.2. Capital Intelectual.....	49
3.2.1. Conceito e importância	49
3.2.2. Componentes do capital intelectual	51
3.2.2.1. Capital humano	52
3.2.2.2. Capital estrutural.....	53
3.2.2.3. Capital relacional	54
3.2.3. Modelos de avaliação e de divulgação do capital intelectual	55
3.2.3.1. <i>Balanced Scorecard</i>	55
3.2.3.2. <i>Skandia Navigator</i>	57
3.2.3.3. <i>Intangible Asset Monitor</i>	60
3.2.3.4. <i>Technology Broker</i>	61
3.2.3.5. Modelo <i>Intellect</i>	62
4. ESTUDO DE CASO	66
4.1. Apresentação do estudo e método de recolha de dados.....	66
4.2. Apresentação e análise dos resultados.....	67
4.2.1. Capital humano	67
4.2.2. Capital estrutural.....	71
4.2.3. Capital relacional	74
4.2.4. Discussão dos resultados.....	76
5. CONCLUSÃO	79
BIBLIOGRAFIA.....	81
ANEXOS.....	86
Anexo 1 - Organograma do BISTP	87
Anexo 2 – Questionário sobre o capital intelectual.....	89

ÍNDICE DE TABELAS

Tabela 1 - Instituições Bancárias de São Tomé e Príncipe	7
Tabela 2 - Rácio de Liquidez e de Solvabilidade	11
Tabela 3 - Proposta de Kayo para a classificação dos ativos intangíveis.....	36
Tabela 4 - Proposta de Wyatt para a classificação dos ativos intangíveis	37
Tabela 5 - Mensuração inicial do ativo intangível	40
Tabela 6 - Matriz dos indicadores dos ativos intangíveis	61
Tabela 7 - Elementos do capital humano no modelo Intelect (Euroforum 1998)	64
Tabela 8 - Elementos do capital estrutural no modelo Intelect (Euroforum 1998).....	64
Tabela 9 - Elementos do capital relacional no modelo Intelect (Euroforum 1998)	65
Tabela 10 - Resultado da avaliação dos indicadores de capital humano.....	67
Tabela 11 - Resultado da avaliação dos indicadores de capital estrutural	71
Tabela 12 - Resultado da avaliação dos indicadores de capital relacional.....	74
Tabela 13 - Média geral das componentes do capital intelectual.....	76

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1 - Mapa do Golfo da Guiné	4
Figura 2 - Distribuição geográfica da Banca de STP	7
Figura 3 - Percentagem de crédito por ramo de atividade em novembro de 2014.....	9
Figura 4 - Estrutura dos depósitos por setores institucionais em novembro de 2014.....	10
Figura 5 - Estrutura acionista do BISTP	13
Figura 6 - Modelo Balanced Scorecard: Quatro perspetivas	56
Figura 7 - Modelo Skandia Navigator: Esquema conceptual do valor de mercado.....	58
Figura 8 - Modelo Skandia Navigator.....	59
Figura 9 - Modelo Intelect de capital intelectual	63
Figura 10 - Resultado da avaliação dos indicadores de capital humano.....	69
Figura 11 - Resultado da avaliação dos indicadores de capital estrutural.....	72
Figura 12 - Resultado da avaliação dos indicadores de capital relacional.....	75

ABREVIATURAS

AI – Ativos Intangíveis

ATM – *Automatic Teller Machines*

BCSTP – Banco Central de São Tomé e Príncipe

BI – Bilhete de Identidade

BISTP – Banco Internacional de São Tomé e Príncipe

CAP – Comité de Ativos e Passivos

CE – Capital Estrutural

CH – Capital Humano

CR – Capital Relacional

DPA – Direção de Particulares e Agências

FASB – *Financial Accounting Standards Board*

GRC – Gabinete de Recuperação de Crédito

IAS/ IFRS – *International Accounting Standards / International Financial Reporting Standards*

NAA – Núcleo de Apoio Administrativo

NAP – Norma de Aplicação Permanente

NIF – Número de Identificação Fiscal

PCIF – Plano de Contas para as Instituições Financeiras

RMC – Reservas Mínimas de Caixa

STP – São Tomé e Príncipe

1. INTRODUÇÃO

Durante muitos anos as organizações privilegiaram a importância dos recursos físicos, tais como, capital, máquinas e mão-de-obra. Estes ativos tangíveis representavam a principal fonte de riqueza e de vantagens competitivas de uma organização mas, nas últimas décadas, a sociedade e a economia mundial atravessaram profundas transformações decorrentes da globalização da economia e do desenvolvimento contínuo das novas tecnologias de comunicação e de informação.

Essas transformações conduziram a uma nova fase a que muitos denominam “Era do conhecimento”. Nesta nova realidade económica, as organizações estão cada vez mais conscientes de que os ativos físicos e financeiros não são capazes de gerar vantagens competitivas sustentáveis ao longo prazo e que os ativos intangíveis assumem um papel relevante como fonte segura e duradoura de vantagem competitiva.

Agora, os investimentos visam elevar a marca, a capacidade de inovar e principalmente o conhecimento. Neste âmbito surge o capital intelectual que, segundo Bandeira (2010:43) “é o conjunto de elementos intangíveis que criam valor para empresa”. Assim, a adequada avaliação dos ativos intangíveis torna-se vital face ao crescente aumento da sua importância e do seu valor para as empresas na “Era do conhecimento”.

Embora haja um interesse e reconhecimento por parte das pessoas e das empresas em considerarem que os intangíveis representam o principal recurso da empresa, é nesses ativos que reside uma grande dificuldade de avaliação. Os ativos intangíveis são aqueles cuja identificação, mensuração e divulgação se revela problemática ao nível da contabilidade, uma vez que não possuem substância física e acarretam um elevado grau de incerteza em relação a obtenção de benefícios económicos futuros.

De acordo com Bandeira (2010:37) pode-se verificar quatro soluções para ultrapassar a discussão relativa às questões normativas: (i) ignorar esta nova realidade intangível das empresas; (ii) criar um novo paradigma, o que afetaria o valor e a importância do relato existente atualmente, (iii) criar novos indicadores e modelos que permitam avaliar e valorizar o capital intelectual e (iv) reconhecer contabilisticamente os ativos intangíveis, comprometendo, inevitavelmente o conceito de ativo e dos elementos que se reconhecem como ativo.

As soluções apresentadas dificilmente têm uma resposta imediata, apesar de se verificar inúmeros esforços para reconhecer, mensurar e divulgar estes ativos. No entanto, torna-se necessário continuar a procurar um modelo universalmente aceite para melhorar a qualidade da informação divulgada aos seus utilizadores e desenvolver ferramentas de gestão que permitam evidenciar estes ativos de uma forma fidedigna, com o objetivo de obter informações relevantes e credíveis, uma vez que é incontestável que os intangíveis efetivamente geram riqueza para as organizações.

1.1. Justificação da opção “Estágio e relatório”

A opção pelo estágio deve-se ao facto de, até à data, não ter tido contacto com o mercado de trabalho, assim, a mestranda entendeu dever aproveitar esta oportunidade da sua formação académica para, em simultâneo, obter experiência numa instituição de prestígio em São Tomé e Príncipe (STP), com o objetivo de adquirir uma maior capacidade para o exercício da profissão no futuro. Relativamente à escolha do setor bancário em STP, esta justifica-se pelo facto da área monetária e financeira sempre terem despertado o interesse da mestranda e, adicionalmente, de ter a possibilidade de conhecer a realidade laboral do país onde pretende desenvolver a sua atividade laboral quando concluir esta sua etapa formativa.

1.2. Objetivos e estrutura do relatório

O presente relatório de estágio constitui o trabalho final do Mestrado em Auditoria Empresarial e Pública do Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Coimbra (ISCAC). O estágio curricular foi realizado no Banco Internacional de São Tomé e Príncipe (BISTP), entre janeiro e agosto de 2014.

O objetivo do presente trabalho é descrever as tarefas realizadas durante o período de estágio e, adicionalmente, entendeu-se oportuno desenvolver, de forma teórica e empírica, um tema que estivesse estreitamente relacionado com o estágio realizado. Neste âmbito, enquadra-se o segundo objetivo deste trabalho: realizar uma revisão de literatura e um estudo empírico centrado nos ativos intangíveis, mais concretamente no capital intelectual, com vista a conhecer a importância destes na entidade acolhedora de estágio. A escolha deste tema deve-se ao facto de que o estágio permitiu à mestranda um contacto direto com a realidade empresarial e desta

ter verificado que, fundamentalmente na área comercial, o capital humano, as relações com os clientes, a capacidade dos equipamentos e as tecnologias de comunicação e de informação são de extrema importância para o desenvolvimento das atividades da empresa. Assim, surgiu o interesse de realizar uma pesquisa sobre os ativos intangíveis, mais concretamente sobre os intangíveis provenientes do conhecimento dos recursos humanos integrantes da empresa.

O presente trabalho encontra-se organizado em cinco capítulos.

O primeiro capítulo corresponde à presente introdução, onde se justifica a escolha da opção “Estágio e relatório”, se expõem os objetivos do trabalho e a organização deste relatório.

No segundo capítulo realiza-se o enquadramento do estágio, apresentando-se uma breve caracterização do sistema bancário santomense e da entidade acolhedora, bem como uma descrição das atividades desenvolvidas no estágio.

No terceiro capítulo consta a revisão da literatura sobre o tema que se considerou pertinente desenvolver neste trabalho. Primeiramente, efetua-se uma revisão da literatura sobre os ativos intangíveis, onde se refere a importância, o conceito, as características, a classificação, o seu enquadramento contabilístico e as limitações inerentes segundo os normativos vigentes. A seguir, a revisão da literatura centra-se no capital intelectual, onde se refere o conceito, as suas componentes e os principais modelos de avaliação e de divulgação.

No quarto capítulo apresenta-se o estudo empírico realizado no BISTP, através de questionário, expondo-se e discutindo-se os resultados obtidos.

No quinto capítulo apresenta-se as conclusões globais deste relatório.

2. LOCAL DE ESTÁGIO E ATIVIDADES DESENVOLVIDAS

2.1. O sistema bancário em São Tomé e Príncipe

2.1.1. Apresentação do país

A República Democrática de São Tomé e Príncipe é um país insular situado no oceano Atlântico, na região do Golfo da Guiné¹, a cerca de 380 km do continente africano. São Tomé e Príncipe (STP) está localizado relativamente próximo do Gabão, Guiné Equatorial, Camarões e Nigéria (ver figura 1).

Figura 1 - Mapa do Golfo da Guiné



Fonte: <http://pt.wikipedia.org/>

O arquipélago é constituído por duas ilhas - São Tomé e Príncipe - e cerca de uma dezena de ilhéus adjacentes, com destaque para o ilhéu das Rolas, das Cabras e das Sete Pedras, situados próximos da ilha de São Tomé e para o ilhéu Bom – Bom, Caroco e Pedras Tinhosas situados ao largo da ilha do Príncipe. As duas ilhas e os ilhéus, em conjunto, perfazem uma superfície de 1001 km²: a ilha de São Tomé e os ilhéus ocupam 859 km² e a ilha do Príncipe e os ilhéus cobrem 142 km². A ilha do Príncipe está localizada a nordeste de São Tomé, com cerca de 140 km de distância. As ilhas estão compostas por sete distritos²: Água- Grande, Cantagalo, Caué, Lembá, Lobata, Mé-Zochi e Pagué, subdivididos em cidades e vilas, e estas em localidades.

As ilhas e os ilhéus são de origem vulcânica e o relevo é muito acidentado, com cumes montanhosos, cones e picos. A localização geográfica confere às ilhas um clima tropical

¹ Golfo da Guiné é uma reentrância na costa ocidental do continente africano.

² A ilha do Príncipe está composta por um distrito (Pagué) e a ilha de São Tomé pelos restantes.

húmido, onde as temperaturas médias anuais variam entre os 22°C e os 30°C e verificam-se apenas duas estações climáticas: a seca (entre os meses de junho e agosto) e a de chuva (nos restantes meses).

Segundo o último Recenseamento Geral da População e Habitação, publicado pelo Instituto Nacional de Estatística de STP em 2012³, a população de STP totalizava 178.739 habitantes, sendo 88.867 homens e 89.872 mulheres.

STP é o segundo país mais pequeno do continente africano e a língua oficial é a portuguesa, mas também são falados diversos dialetos.

2.1.2. Caracterização do sistema bancário

O sistema bancário de STP é constituído pelo Banco Central de São Tomé e Príncipe (BCSTP) e por sete instituições bancárias.

O BCSTP surgiu através da promulgação do Decreto-Lei n.º 8/92, de 28 de julho⁴, que aprovou a Lei Orgânica do Banco Central.

A Lei Orgânica do Banco Central, no seu artigo 1º define o BCSTP “como pessoa coletiva de direito público, dotada de autonomia administrativa e financeira e de património próprio” e estabelece ainda que o BCSTP “é o único órgão emissor do País e o banqueiro do Estado”⁵.

Em conformidade com o n.º 2 do artigo 1º da Lei anteriormente referida, compete ao BCSTP “proceder à formulação e execução das políticas monetárias de crédito e de juros, bem como executar e administrar a política cambial assegurando a estabilidade interna e externa da moeda, fiscalizar e controlar as atividades do sistema financeiro nacional”.

O n.º 2 do artigo 8º da mesma Lei acrescenta outras competências atribuídas ao BCSTP, são as que se seguem:

- O privilégio exclusivo da emissão monetária, regulando a circulação monetária;
- Administrar as disponibilidades externas do País;

³ Instituto Nacional de Estatística de STP, disponível em <http://www.ine.st/>.

⁴ A Lei n.º 8/92, de 28 de julho, foi publicada no suplemento n.º 16 do Diário da República, de 3 de agosto de 1992.

⁵ Cf. artigo 1º, números 1 e 2 da Lei Orgânica do Banco Central.

- Autorizar o estabelecimento e o funcionamento de instituições financeiras de acordo com a Lei;
- Velar pelo bom funcionamento do sistema financeiro e prestar-lhe o seu apoio financeiro conforme as prescrições do presente diploma;
- Exercer as funções de banqueiro e agente financeiro do Estado;
- Exercer as funções de supervisão e fiscalização do sistema financeiro nacional;
- Prestar consultoria ao Governo no domínio financeiro;
- Promover a gestão e controlo da dívida externa do País, bem como a sua renegociação, em conformidade com as orientações do Governo;
- Promover o desenvolvimento do sistema bancário e intervir, em condições extraordinárias, designadamente se estiver em causa a estabilidade do sistema, como refinanciador de última instância do sistema bancário;
- Assegurar a recolha, centralização e tratamento de dados e a consequente elaboração das estatísticas monetárias, financeiras e cambiais que julgar necessárias para a adequada informação, acompanhamento e controlo das políticas a desenvolver;
- Regular a criação e funcionamento da Câmara de Compensação de cheques e outros valores;
- Administrar, acompanhar e promover a elaboração da Balança de Pagamentos.

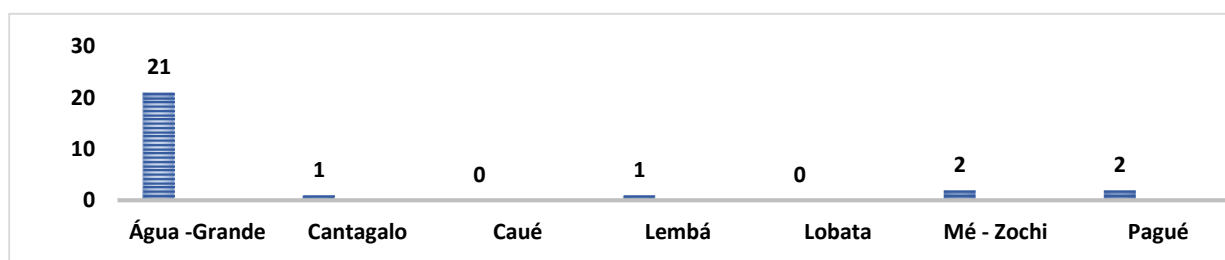
Atualmente o sistema bancário de STP conta com a presença de 7 bancos (ver tabela 1) a operar no mercado, os quais dispõem de um total de 27 balcões, incluindo as sedes. Na ilha de São Tomé estão presentes 25 balcões situados maioritariamente na cidade de São Tomé⁶ ou nos arredores e na ilha do Príncipe (Distrito de Pagué) existem 2 balcões (ver figura 2).

⁶ Cidade de São Tomé é a capital de São Tomé e Príncipe, situada na ilha de São Tomé, Distrito de Água-Grande.

Tabela 1 - Instituições Bancárias de São Tomé e Príncipe

Instituições Bancárias	Sigla	Ano de emissão da licença	Capital social (STD)	Nº de balcões	Tipo de atividade
Banco Internacional de STP	BISTP	1993	150.000.000.000	12	Comercial
Afriland First Bank STP	AFRILAND	2003	83.300.000.000	3	Comercial
Banco Equador	BE	2004	121.596.946.649	4	Comercial
Comercial Bank STP	COBSTP	2005	98.000.592.900	1	Comercial
Ecobank STP	ECOBANK	2007	124.950.001.834	1	Comercial
Energy Bank STP	ENERGY	2011	122.694.531.501	5	Comercial
BGFI Bank STP	BGFI	2012	173.950.000.000	1	Comercial e de investimento

Fonte: BCSTP

Figura 2 - Distribuição geográfica da Banca de STP

Fonte: BCSTP

O sistema bancário nacional é dominado pelo investimento estrangeiro, em que apenas o Banco Internacional de São Tomé e Príncipe (BISTP) e o Banco Equador apresentam investimento nacional na sua estrutura acionista, com 48,00% e 10,01%, respetivamente. Os restantes bancos são detidos a 100% por capital estrangeiro.

O sistema bancário conheceu uma evolução ao nível dos meios de pagamento, com a entrada em funcionamento dos caixas automáticos de pagamento (ATM) no ano de 2011 e dos terminais de pagamento automático (POS) em 2012. Antes do surgimento do sistema de pagamento eletrónico Rede Dobra24⁷, os clientes contavam apenas com os cheques, o débito direto, o levantamento em numerário e as transferências como instrumentos de pagamento.

A crescente utilização das novas tecnologias, a necessidade de redução das filas de espera nas agências e de dinheiro físico no mercado financeiro contribuíram para a disponibilização do portal de *homebanking*, por parte de algumas instituições bancárias, como mais um meio de desmaterialização dos meios de pagamento.

O BCSTP divulgou que a taxa de bancarização cresceu de forma lenta e pouco significativa até 2013, tendo registado uma taxa de 39,8% em 2011, 40,6% em 2012, de 41,5% em 2013. Em 2014 registou-se um crescimento significativo situando-se em 48%.

Ao longo dos últimos anos o ativo total da banca de STP registou níveis de crescimento relevantes, o que se justifica pela entrada de novas instituições financeiras no sistema bancário. No entanto, nos últimos dois anos, este crescimento abrandou, como resultado da contração do crédito concedido e do reconhecimento de alguns créditos malparados como perdas. Em termos de ativo total, a atividade bancária em base consolidada atingiu 4.445 mil milhões de Dobras em novembro de 2014.

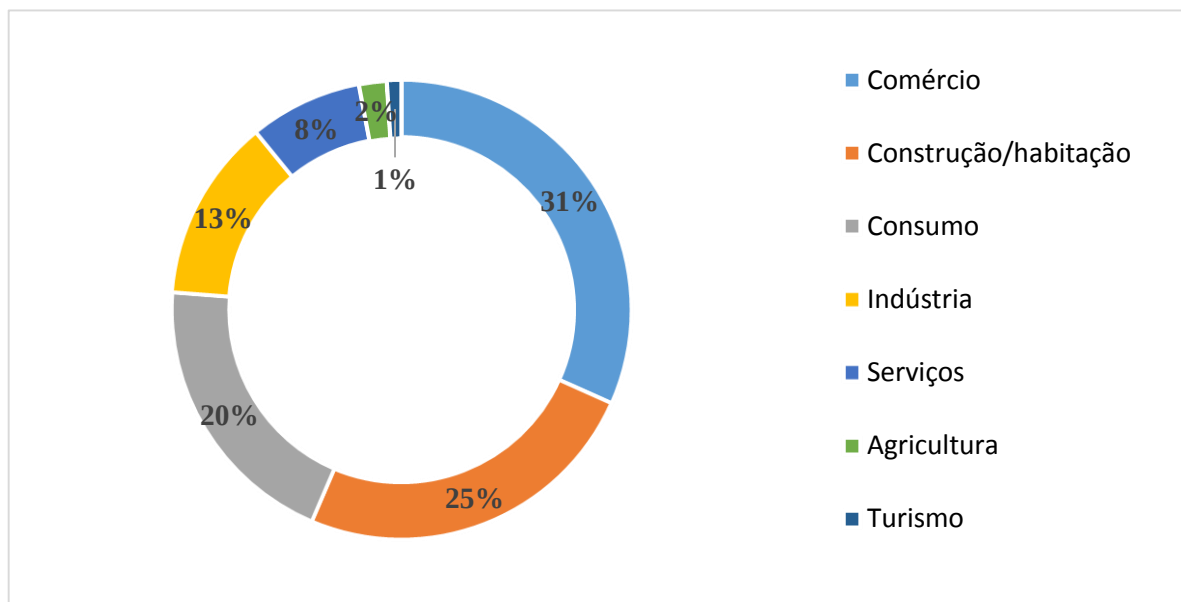
Quanto à carteira de crédito, existia uma predominância da moeda estrangeira até 2010, que com a entrada em vigor do acordo cambial⁸, começou-se a verificar uma maior procura pela moeda nacional e consequentemente uma alteração da estrutura de crédito. Em 2010, a moeda estrangeira representava mais de metade da carteira de crédito e em 2014 a situação inverteu-se. Em novembro de 2014, 32 % do crédito foi destinado ao comércio, 25 % à construção/

⁷ A Rede Dobra 24 é uma rede partilhada de caixas automáticas (ATM) e terminais de pagamento automáticos (POS), exclusivamente em moeda nacional.

⁸ O acordo cambial visou sustentar a paridade cambial entre a dobra (moeda santomense) e o euro, fixando em 24.500,00 Dobras a taxa de compra do Euro.

habitação, 20% ao consumo, 13% à indústria, 8% aos serviços, 2% à agricultura e 1 % ao turismo (ver figura 3). Desde 2006 que se tem verificado uma tendência crescente e predominante de três setores de atividade (comércio, construção e consumo) quanto ao destino do crédito.

Figura 3 - Percentagem de crédito por ramo de atividade em novembro de 2014

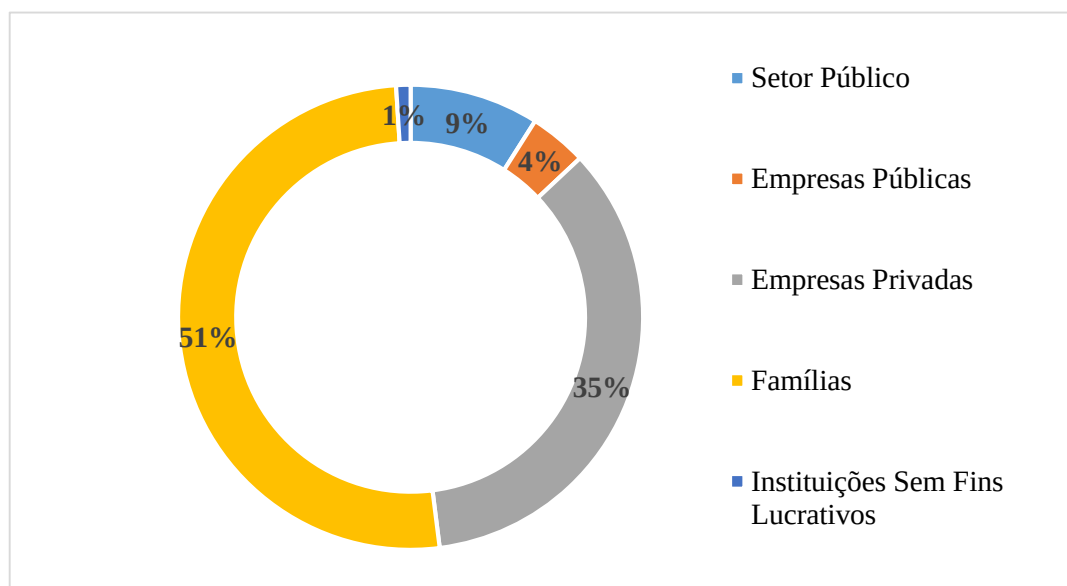


Fonte: BCSTP

Relativamente ao valor do passivo do sistema bancário, tem vindo a aumentar, mas não se verificou alterações significativas na sua estrutura. Os depósitos dos clientes representam a principal fonte de financiamento da atividade bancária, em novembro de 2014, tal como em dezembro de 2013, representavam 68% do total do passivo.

Em 2010, a moeda estrangeira totalizava mais de metade da carteira de depósitos. Em 2013, a maior percentagem passou a pertencer a moeda nacional e a tendência manteve-se em 2014. Como se pode verificar na figura 4, a carteira de depósitos é constituída principalmente pelos depósitos das famílias.

Figura 4 - Estrutura dos depósitos por setores institucionais em novembro de 2014



Fonte: BCSTP

Verificou-se uma diminuição da rentabilidade dos ativos médios (ROA) e dos capitais próprios médios (ROE), atingindo, respetivamente, -2,07% e -10,84% em dezembro de 2013 e -2,56% e -17,84% em novembro de 2014, como resultado da degradação do valor do resultado de exercício.

O rácio de liquidez do setor bancário santomense tem vindo a registar valores acima dos 20 %⁹ exigidos nas disposições legais vigentes e para o BCSTP o setor dispõe de nível de liquidez suficiente para exercer de forma eficiente a sua atividade (ver tabela 2).

O rácio de solvabilidade, em base consolidada, também tem registado valores acima do valor mínimo estabelecido (12%)¹⁰ (ver tabela 2). No entanto, cerca de 25% das instituições bancárias apresentam o rácio abaixo dos 12%, assim tem-se verificado uma degradação desse indicador.

⁹ Cf. Norma de Aplicação Permanente 04/07 do BCSTP, “Norma sobre Liquidez Bancária”.

¹⁰ Artigo 2º, nº2 da Norma de Aplicação Permanente 10/07 do BCSTP, “Adequação dos Fundos Próprios e Rácio de Solvabilidade”.

Tabela 2 - Rácio de Liquidez e de Solvabilidade

Anos	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	Nov. 2014
Rácio de Liquidez	52%	58%	60%	55%	34%	31%	49%	51%	55%
Rácio de Solvabilidade	n.a	n.a	n.a	43%	32%	40%	27%	18%	14%

Fonte: BCSTP

É notória a evolução do sistema bancário santomense nos últimos anos, permitindo constatar que os bancos têm vindo a apostar no aumento do nível de penetração dos serviços bancários no país, com a adoção de novas tecnologias, com o aumento do número de agências, com a diferenciação do espaço dentro das agências para prestar um serviço mais direcionado ao cliente e com a descentralização dos balcões da cidade de São Tomé. Mas, existem ainda alguns obstáculos a serem superados, tais como:

- A morosidade do sistema judicial - o que dificulta a recuperação do crédito mal parado e promove a diminuição da responsabilidade do cliente relativamente ao pagamento do crédito;
- Elevados custos inerentes à abertura e manutenção de uma conta bancária – os serviços mínimos bancários estão direcionados para a população de rendimento médio e alto e não para a população de baixo rendimento, constituindo uma barreira para o acesso ao crédito, poupanças e outros serviços financeiros;
- Elevadas taxas de juro de empréstimos - os bancos comerciais têm vindo a aplicar taxas de juro que variam entre 20% e os 24%, embora a taxa de referência do BCSTP seja de 10%, contribuindo para o aumento do crédito em incumprimento e para a diminuição do acesso ao crédito, dificultando deste modo o desenvolvimento do setor empresarial do país.

2.2. O Banco Internacional de São Tomé e Príncipe

2.2.1. Caracterização

O BISTP iniciou a sua atividade a 3 de março de 1993, como primeiro banco comercial privado a operar no país. Tem a sua sede localizada na Praça da Independência, cidade de São Tomé. O mesmo desenvolve a sua atividade de banco universal, no apoio às empresas e aos particulares.

Até ao ano de 2003, o BISTP detinha 100% do mercado financeiro de STP porém, a partir desse ano, a atividade comercial ficou marcada com o aumento da concorrência e pela diminuição do nível de concentração bancária. No âmbito desta crescente concorrência, o BISTP executou um vasto plano de expansão que visava cumprir o objetivo estratégico de banco de proximidade e de líder do mercado. Esta estratégia reforçou a posição do líder no mercado, refletindo um aumento do número de clientes, da quota de depósitos e de crédito.

O BISTP conta com a maior rede comercial do sistema bancário nacional, 12 agências (onze em São Tomé e uma no Príncipe), 13 ATM (45% de quota de mercado) e *E- banking*.

Esta instituição bancária tem como missão a consolidação da sua posição de liderança no setor bancário de STP. Segundo esta instituição, a sua atividade e a conduta dos seus colaboradores devem pautar-se pelos seguintes valores fundamentais¹¹:

- Rigor;
- Transparência na informação;
- Segurança das aplicações;
- Responsabilidade organizacional;
- Integridade;
- Respeito pelos interesses confiados.

¹¹ Extraído do documento interno do BISTP – Missão e valores do BISTP.

A sua estrutura acionista é a seguinte:

Figura 5 - Estrutura acionista do BISTP



Fonte: BISTP

A estrutura organizacional do BISTP é composta por diversos departamentos, classificados de acordo com as funções que desempenham.

No topo da hierarquia está localizada a comissão executiva, seguindo a Secretária Geral e a Mediateca que são órgãos autónomos. Por sua vez, a rede de gabinetes e de agências encontram-se em última instância na hierarquia, como se pode observar no organograma do BISTP (ver anexo 1).

2.3. O estágio no BISTP

2.3.1. Enquadramento

O estágio foi realizado no BISTP, com início a 4 de fevereiro de 2014 e término a 15 de agosto de 2014, com um total de 1104 horas. Durante este período foram desenvolvidas tarefas ligadas a diversos departamentos da instituição, com o objetivo de adquirir competências e conhecimentos práticos da realidade laboral, enriquecendo os conhecimentos da estagiária e contribuindo para a sua preparação para a inserção no mercado de trabalho.

No primeiro dia do estágio foi ministrada uma breve formação sobre a estrutura organizacional do BISTP, sobre os conceitos de ética, valores, sigilo bancário e responsabilidade em contexto profissional e fornecido o código de conduta do BISTP.

De seguida, serão descritas as atividades desenvolvidas em cada um dos departamentos onde decorreu o estágio, pela ordem verificada.

2.3.2. DPA – Direção de Particulares e Agências

A Direção de Particulares e Agências (DPA) está “orientada para a gestão das agências e de negócios dos clientes de todos os setores de atividade não afetos a outras direções comerciais.”¹²

O estágio na DPA teve a duração de seis semanas e foi realizado primeiramente em duas agências e depois no Núcleo de Apoio Administrativo (NAA) à DPA.

2.3.2.1. Agência Sede

Inicialmente o estágio teve lugar na Agência Sede, que está localizada na Praça da Independência, cidade de São Tomé, no edifício sede do BISTP com a duração de três semanas.

A agência sede conta com o apoio de dez colaboradores: uma gerente, uma subgerente, uma subchefe administrativa, uma comercial-administrativa e seis comerciais de tesouraria ou “caixas”.

A agência encontra-se fisicamente dividida em três áreas de atendimento: posto de acolhimento, serviço de tesouraria e uma área de atendimento personalizado.

O posto de acolhimento está situado na entrada da agência, com o objetivo de tornar o atendimento aos clientes, principalmente os que não necessitam dos serviços de tesouraria, mais agradável e rápido. Este posto está a cargo da colaboradora comercial-administrativa que desempenha as seguintes funções: fornecer informações genéricas, fornecer informações sobre o saldo e os movimentos de conta, requisição e entrega dos livros de cheques, ordens de pagamentos, transferências e auxílio na utilização da ATM.

No serviço de tesouraria, os “caixas” executam as operações de tesouraria referentes ao movimento da conta do cliente, tais como: depósitos, levantamentos de importâncias monetárias, compra e venda de moedas estrangeiras, transferências, etc. e as operações realizadas na área de acolhimento.

¹² Extraído do documento interno do BISTP – Departamentos e descrição de funções.

A área de atendimento personalizado fornece os serviços que requerem um esclarecimento mais pormenorizado ao cliente e conseqüentemente maior tempo. Este atendimento é efetuado numa zona mais reservada e com uma maior comodidade, permitindo um atendimento mais centrado no cliente. Este serviço tem as seguintes funções: fornecer informações sobre a abertura de contas e efetuar o processo de abertura, fornecer informações sobre os diversos tipos de créditos e auxiliar no seu processo, efetuar a constituição e a mobilização das aplicações financeiras, efetuar atualizações e/ou alterações dos dados de clientes e realizar a gestão do cartão de débito.

Durante as três semanas do estágio, a estagiária permaneceu na área de atendimento dos “caixas”. Nesta área esteve sempre acompanhada por um “caixa” que trabalha em duas aplicações: a *Banka*, que permite executar operações que não estão diretamente relacionadas com a tesouraria e funciona através da introdução de códigos (números atribuídos a uma determinada função) e a *Kanalo Caixa*, que é utilizada para executar operações diretamente ligadas a tesouraria. Esta última é mais intuitiva que a primeira, uma vez que apresenta no seu ambiente de trabalho a denominação específica de cada função.

Utilizando o sistema informático do “caixa” que acompanhou a estagiária, esta realizou as seguintes atividades:

- **Atribuição de saldos e movimentos de contas**

Para fornecer ao cliente o documento com o saldo ou movimentos da sua conta, o mesmo tem de apresentar o documento de identificação. Na aplicação informática, é possível aceder à conta do cliente e efetuar a impressão do documento pretendido.

Esses documentos são gratuitos quando é pedida a primeira via, a partir da segunda via, inclusive, tem um custo para o cliente.

- **Requisição e entrega do livro de cheques**

Para efetuar uma requisição de cheques, primeiramente o cliente tem de preencher e assinar o respetivo formulário, de seguida é necessário confirmar a assinatura, através da comparação entre a assinatura do cheque e a assinatura existente na aplicação informática.

Após essa confirmação, faz-se a requisição na aplicação informática e o valor correspondente ao custo da emissão dos cheques é automaticamente descontado na conta do cliente.

Na receção dos cheques, verifica-se o documento de identificação e recebe-se o boletim de acusação e receção devidamente preenchido e assinado. Estando tudo em conformidade procede-se à entrega dos cheques requisitados.

- **Adesão e entrega do cartão de débito**

A adesão do cartão de débito requer a entrega do respetivo formulário preenchido e assinado pelo cliente. Esta adesão é efetuada na aplicação AGC (aplicação que efetua a gestão do cartão de débito), onde se preenche os campos da aplicação correspondentes à criação de cartão (nome completo, nome a gravar no cartão e número da conta). Este serviço implica um custo e o valor é retirado automaticamente da conta do cliente aquando da criação do cartão na respetiva aplicação.

A entrega do cartão é efetuada mediante a entrega do formulário de acuso de receção preenchido e assinado. A ativação do mesmo é realizada pela gerente ou subgerente.

- **Depósito em numerário e de cheques**

O depósito em numerário e de cheques é efetuado na aplicação informática, onde se preenchem os seguintes campos: número de conta, valor do depósito, a moeda, o número do banco que efetua o depósito, o número do balcão e o número do cheque.

O talão de depósito é impresso em duplicado e deverão ser assinados pelo cliente e pelo “caixa”, sendo que uma cópia é para o cliente e outra é para o BISTP.

No caso de depósito em numerário, deve-se questionar ao cliente qual o montante que entregou e conferir o valor em dinheiro na máquina de contar notas, antes de registar o valor na aplicação. No caso de depósitos em moedas estrangeiras é crucial confirmar a veracidade das notas, através de uma máquina com esta finalidade.

No depósito de cheques é imprescindível realizar a conferência da assinatura do (s) titular (es) da conta na aplicação informática.

- **Levantamentos em numerário**

Para o levantamento em numerário solicita-se ao cliente o cheque à ordem do mesmo, no montante que pretende, o documento de identificação e o número da conta. Esta operação é efetuada na aplicação informática, mediante o preenchimento de alguns campos: número de conta, valor de levantamento, moeda e descritivo do movimento. O talão de levantamento é impresso em duplicado, ficando uma cópia para o BISTP.

- **Pagamento de cheques**

Antes de se executar a operação referente ao pagamento de um cheque, é importante ter em conta os seguintes aspetos:

- ✓ O valor escrito numericamente deve corresponder ao extenso;
- ✓ O cheque deve estar assinado no verso pelo seu beneficiário;
- ✓ A assinatura do titular do cheque deve corresponder à que se encontra na aplicação informática.

O pagamento de cheque, ou ordem de pagamento emitida através de um cheque, é efetuado na aplicação informática, preenchendo-se os seguintes campos: número da conta a debitar, número do cheque, número do banco que o debita, número do balcão que é debitado e valor do cheque. De seguida, procede-se à entrega do montante ao cliente.

Se o cheque for do BISTP é assinado e certificado (coloca-se na impressora e é impresso no verso o nome do beneficiário, o número da conta do cliente que foi debitado, o valor debitado, a data, a hora e o nome do “caixa”) e se não, coloca-se o carimbo “lançado” à frente e faz-se uma cópia que deve ser anexada ao cheque.

- **Serviço de Cash Advance**

O serviço de *cash advance* consiste no levantamento em numerário, utilizando o cartão de crédito da rede visa ou *mastercard*. É um serviço solicitado maioritariamente pelos clientes estrangeiros e pelos clientes nacionais com contas nos bancos no estrangeiro, uma vez que o BISTP não oferece este produto.

A tarefa da estagiária consistiu no preenchimento do boletim de *cash advance* e anexar uma cópia do documento de identificação do cliente ao boletim.

- **Compra e venda de moedas**

A execução desta operação começa com a verificação da veracidade das notas no caso das compras. Após isso, utilizando a aplicação informática preenche-se os seguintes campos: tipo de operação (venda ou compra), moeda e valor. No final, os talões de depósitos são impressos e devem ser assinados, ficando uma cópia para o BISTP.

- **Arquivo de documentos**

Após o fecho da agência ao público, a tarefa da estagiária consistiu em recolher e organizar os documentos do dia referentes aos seguintes arquivos:

- ✓ Arquivo de requisição e receção de cheques;
- ✓ Arquivo de formulário de adesão ao cartão de débito;
- ✓ Arquivo de formulário de adesão ao serviço de *internet banking*.

Todos os documentos são organizados nas respetivas pastas, que estão por ordem alfabética, ficando arquivados no separador correspondente à primeira letra do nome do cliente.

2.3.2.2. Agência de Vila Maria

A agência de Vila Maria apresenta um conceito diferente de todas as outras, tendo em conta que está vocacionada para os clientes de *Middle-Upper market*. Assim, oferece um acompanhamento e um serviço diferenciado para os clientes com elevados rendimentos.

Relativamente ao quadro de pessoal, conta com cinco colaboradores: uma gerente, duas gestoras de clientes e dois “caixas”.

Possui apenas duas áreas de atendimento (atendimento personalizado e tesouraria) e tem ao dispor dos clientes um horário de funcionamento mais alargado¹³.

Na área de atendimento personalizado, o atendimento é realizado pelas gestoras de clientes. O serviço prestado pelas gestoras direciona-se para um atendimento proactivo e centrado nos clientes, permitindo a gestão e o acompanhamento personalizado dos clientes particulares considerados de rendimentos elevados. Procurando o desenvolvimento de relações contínuas com o cliente, as gestoras apoiam e orientam na realização de todas atividades que o cliente necessitar.

O acompanhamento personalizado do cliente-empresa é efetuado pela DEM – Direção de Empresas, que “está orientada para a gestão dos negócios de todos os clientes empresas e de todos particulares, cuja atividade económica se desenvolve em nome individual”¹⁴.

¹³ Encerra o atendimento ao público às 16:30h, enquanto todas as outras encerram às 15:00h.

¹⁴ Extraído do documento interno do BISTP – Departamentos e descrição de funções.

O estágio nesta agência teve a duração de duas semanas com o objetivo de acompanhar as atividades desenvolvidas pelas gestoras, uma vez que é um serviço que não existe na agência sede.

Inicialmente, foram desenvolvidas atividades na área de tesouraria e posteriormente foram acompanhadas as tarefas diárias das gestoras, tendo a estagiária colaborado em algumas dessas tarefas. Foi possível constatar que a abordagem ao cliente nesta área tende a ser mais formal e a linguagem muito mais cuidada.

- **Abertura de contas à ordem**

A abertura de contas constitui o primeiro passo para o início de uma relação duradoura entre o cliente e a instituição bancária, pois é o ponto de partida para o acesso aos produtos e serviços oferecidos pelo banco.

O processo de abertura de conta é realizado presencialmente e o (s) titular (es) da conta tem de apresentar o seu documento de identificação e o formulário de abertura de conta preenchido e assinado. Este formulário contém as condições gerais que regulam a abertura, a movimentação e o encerramento das contas.

Os documentos de identificação necessários, para clientes particulares, são: Bilhete de Identidade (BI) (cidadão nacional) ou Passaporte (cidadão estrangeiro) e o cartão do Número de Identificação Fiscal (NIF).

Na abertura de conta, coube à estagiária a criação de clientes na aplicação informática, registando todos os dados solicitados (informação de identificação, sociodemográfica, socioeconómica e profissional). A recolha da assinatura bem como a validação final do processo era sempre realizado pela gestora.

Adicionalmente, foram acompanhadas outras tarefas deste departamento e colocadas questões de esclarecimento, mostrando-se porém de fácil execução, uma vez que bastava preencher os campos solicitados pela aplicação informática e receber por parte do cliente o respetivo formulário preenchido e assinado, com exceção da recolha e carregamento de ATM. Nessa última, era necessário efetuar duas vezes ao dia e auxiliava na seleção das notas para efetuar o carregamento. Destacam-se dessas atividades:

- ✓ Transferências nacionais;
- ✓ Depósitos a prazo (constituição / renovação);

- ✓ Pedidos, regularização e carregamento de créditos;
- ✓ Ativação do serviço de *internet banking*;
- ✓ Recolha e carregamento de ATM.

A oportunidade de ter acompanhado o trabalho das gestoras de clientes foi de grande importância, principalmente, para adquirir competências técnicas relativas à atividade comercial e a postura a adotar no tratamento do cliente que exige ter uma conduta cautelosa, assertiva e satisfatória quer ao nível presencial, contacto telefónico ou por escrito. Mas, também foi proveitosa na medida em que a estagiária presenciou o atendimento e a satisfação das necessidades que levavam os clientes a dirigirem-se às agências e o acompanhamento diário que se fazia às contas dos clientes para depois entrarem em contacto para, nomeadamente, negociar o pagamento dos créditos vencidos, sugerir aplicações e informar sobre os produtos mais vantajosos (por exemplo quando lançaram a conta à ordem especial moeda estrangeira, é um produto mais vantajoso para os clientes que efetuam regularmente levantamento de notas, porque não são cobradas comissões de levantamento das notas).

2.3.2.3. NAA - Núcleo de Apoio Administrativo à DPA

O NAA é um gabinete que desempenha funções de apoio administrativo ao funcionamento interno das agências, no que diz respeito aos clientes particulares. Este está situado no edifício sede e conta com o apoio de quatro colaboradores, sendo que existe uma coordenadora e três administrativos.

Este gabinete tem ao seu cargo as seguintes funções:

- Analisar projetos de investimento que suportam potenciais operações de crédito;
- Organizar e encaminhar os processos de crédito, de descoberto bancário, de conta ordenado e os pedidos de garantia bancária;
- Elaborar os contratos de créditos, bem como as cartas de autorização de crédito para o cliente e para o avalista;
- Elaborar contrato de emissão de garantia bancária;
- Elaborar declarações de responsabilidade a pedido de clientes;
- Encaminhar as cartas de reclamação de clientes;

- Organizar o expediente interno das agências (pedidos de férias, mapa de horas extraordinárias, rotação dos caixas pelas agências, etc.);
- Avaliar e encaminhar as propostas de encerramento de contas.

O estágio no NAA teve a duração de uma semana, durante a qual a estagiária teve a oportunidade de observar e realizar algumas dessas funções.

Os processos de créditos, de garantia bancária, de descoberto bancário e de conta ordenado são preparados nas agências e seguem o circuito que já se encontra pré-definido. Depois de serem preparados nas agências são enviados ao NAA, cabe a este gabinete numa primeira fase verificar se os mesmos estão completos, isto é, se englobam todos os documentos exigidos para a avaliação.

A função da estagiária neste gabinete consistiu em verificar se os processos continham todos os documentos exigidos e a sua conformidade.

- **Processo de crédito**

- ✓ Fotocópia do documento de identificação do titular do crédito e dos (s) avalistas;
- ✓ Fotocópia do NIF do titular do crédito e dos avalistas;
- ✓ Ficha do cliente particular;
- ✓ Saldo de conta;
- ✓ Extrato de conta dos últimos três meses;
- ✓ Parecer do crédito (contém os dados do crédito);
- ✓ Plano financeiro do crédito;
- ✓ Declaração da Central Risco de Crédito¹⁵;
- ✓ Declaração de serviço;
- ✓ Grelha de responsabilidade (indica se o cliente tem outros empréstimos);
- ✓ Livrança em branco subscrita pelo proponente.

- **Descoberto bancário e Garantia bancária**

- ✓ Carta modelo preenchida e assinada;
- ✓ Fotocópia do BI;
- ✓ Fotocópia do NIF;

¹⁵ A Central de Risco de Crédito é uma base de dados, gerida pelo BCSTP, com informações prestadas pelas entidades participantes (instituições que concedem crédito) sobre os créditos concedidos.

- ✓ Declaração de serviço;
 - ✓ Saldo da conta;
 - ✓ Extrato da conta (últimos três meses);
 - ✓ Grelha de responsabilidade;
 - ✓ Parecer preparado pela agência.
- **Conta ordenado**
 - ✓ Formulário devidamente preenchido e assinado pelo cliente e pelo(a) gerente da agência;
 - ✓ Fotocópia do BI;
 - ✓ Fotocópia do NIF.

A atividade da estagiária também passou pelo arquivo dos documentos do dia, nas respectivas pastas de arquivos, com base nas suas datas, do mais antigo para o mais recente.

2.3.3. GRC – Gabinete de Recuperação de Crédito

O Gabinete de Recuperação de Crédito (GRC) é um gabinete que se destina a atuar de forma dinâmica junto dos mutuários, utilizando todos os meios necessários, com vista à recuperação do crédito vencido e não pago e à preparação dos processos para envio ao contencioso. O estágio teve a duração de duas semanas com o auxílio das duas colaboradoras do GRC: uma coordenadora e uma técnica administrativa.

Como as funções desenvolvidas neste gabinete requerem elevada responsabilidade e experiência, primeiramente, a coordenadora forneceu, para a leitura, o Regulamento do Crédito Malparado, para a seguir esclarecer a estagiária sobre os seguintes pontos do regulamento: conceito de crédito malparado, segurança do crédito, prazos de permanência do crédito malparado e regras de tratamento processual, negociação e reestruturação de crédito malparado e regularização de créditos em situação de mora.

Posteriormente a estagiária passou a comparar os mapas de incumprimento enviados a esse gabinete, diariamente, com os dados obtidos no sistema informático. Por vezes o valor já se encontrava liquidado, logo não era necessário qualquer ação. Se o valor ainda estivesse em dívida era necessário perceber se o processo já deveria ter sido enviado ao GRC. É uma tarefa

de controlo, que visa garantir que as áreas comerciais cumprem com o estabelecido no regulamento do crédito malparado quanto aos prazos de permanência do crédito nessas áreas.

A estagiária também teve a oportunidade de acompanhar as tarefas realizadas pela coordenadora no que respeita às negociações com os clientes em situação de incumprimento e na preparação do envio do processo de crédito ao contencioso. Assim, teve a possibilidade de observar e acompanhar as negociações com os clientes em incumprimento desde a fase da análise do processo até à negociação propriamente dita com o cliente.

2.3.4. GPC – Gabinete de Planeamento e Controlo

O Gabinete de Planeamento e Controlo (GPC) está “orientado para a produção, tratamento e desenvolvimento da informação de gestão da atividade global e consolidada, na perspetiva contabilística, estatística, de planeamento e de controlo”¹⁶.

Este gabinete conta com dois colaboradores: um coordenador e um técnico administrativo que desenvolvem as seguintes atividades:

- ✓ Elaboram o câmbio diário;
- ✓ Elaboram o mapa de Reservas Mínimas de Caixa;
- ✓ Elaboram o mapa da Posição Cambial;
- ✓ Elaboram os relatórios sobre a carteira de crédito;
- ✓ Elaboram o relatório trimestral de condição financeira do BISTP;
- ✓ Elaboram o relatório interno CAP (Comité de Ativos e Passivos);
- ✓ Elaboram o relatório e contas;
- ✓ Elaboram o relatório de atividades para os acionistas;
- ✓ Elaboram o relatório qualitativo para os acionistas.

Durante o período de estágio neste gabinete, que teve a duração de três semanas, a estagiária desenvolveu as seguintes atividades:

¹⁶ Extraído do documento interno do BISTP – Departamentos e descrições de funções.

- **Elaboração do mapa das Reservas Mínimas de Caixa**

A Reserva Mínima de Caixa (RMC) tinha como objetivo inicial assegurar que os bancos dispunham de um montante mínimo de liquidez suficiente para fazerem face aos levantamentos dos depósitos dos seus clientes.

Atualmente, a RMC é vista como um instrumento de intervenção monetária que visa, essencialmente, condicionar a capacidade de concessão de crédito dos bancos, permitindo deste modo, uma maior regulação dos níveis de liquidez no mercado financeiro nacional e maior eficiência dos instrumentos de intervenção monetária.

O mapa das RMC já se encontra pré-definido e basta preencher os campos. Para o seu preenchimento tornou-se necessário ler cuidadosamente e interpretar a Norma de Aplicação Permanente nº18/2011 de 17 de agosto de 2011 – Regulamento das Reservas Mínimas de Caixa, emitida pelo BCSTP.

O primeiro passo consiste na identificação das responsabilidades dos Bancos, tanto em moeda nacional como em moeda estrangeira, que constituem a base de incidência das RMC. Essas responsabilidades encontram-se enumeradas no artigo 2º da NAP acima referida, e são as que se seguem:

- Os depósitos e certificados de depósitos com prazos inferiores a dois anos;
- As obrigações, incluindo as de caixas, e outros empréstimos, quando reembolsáveis em prazo inferior a dois anos;
- Outros compromissos de compra de títulos ou créditos em data anterior à do seu vencimento;
- Os bilhetes de Tesouro ou títulos similares cedidos a título definitivo;
- Outras responsabilidades quase monetárias e outras obrigações reembolsáveis a prazo inferior a dois anos.

Após a identificação das responsabilidades discriminadas nas moedas estrangeiras, no caso do BISTP (USD, EUR, XAF, GBP, CAD, CHF e SEK) e na moeda nacional (STD), as mesmas são somadas por moedas originando a base de incidência.

Em conformidade com o artigo 4º daquela norma “a base de incidência relativa a um período de manutenção determinado, será calculada pela instituição com base nos dados referentes ao mês que anteceder em dois meses aquele em que o período de manutenção se iniciar”.

Após o apuramento da base de incidência, a mesma é multiplicada por uma taxa de incidência fixada em 18% para moeda nacional e 21% para moeda estrangeira, como se encontra definido no artigo 3º, números 2 e 3 da NAP em questão. Mas, para o montante de depósitos de clientes correspondente ao tesouro público a taxa de incidência é fixada em 100%. Obtém-se assim o montante para a constituição das RMC.

Era necessário ter em conta o estabelecido pelo artigo 6º, nº3, pois “no caso das responsabilidades da base da incidência estarem denominadas numa divisa”, como acontece para USD, XAF, GBP, CAD, CHF e SEK “as RMC correspondente deverão ser constituídas 10% em Euros e 90% em Dobras”.

Nesta situação, conforme o artigo 5º, a taxa de câmbio a ser utilizada para a conversão dessas responsabilidades será a taxa de câmbio de compra do Banco Central, “nos casos em que o boletim do Banco Central não inclua alguma moeda estrangeira, a taxa de câmbio a utilizar resultará da arbitragem que o Banco Central Europeu emite oficialmente”.

- **Elaboração do mapa da Posição Cambial**

Para entender melhor o conceito e os passos para preencher o mapa da posição cambial foi indispensável ler e interpretar a NAP nº 10/2012 de 16 de julho de 2012 – Regulamento sobre o acesso ao mercado cambial, coberturas, taxas e comissões a praticar, emitida pelo BCSTP.

Segundo o artigo 3º da NAP nº 10/2012 entende-se por “Posição Cambial o somatório algébrico do total de ativos numa moeda estrangeira, deduzido do total de passivos (excluindo os fundos próprios) nessa moeda, adicionado da posição líquida decorrente dos futuros sobre a divisa”. Diz-se que a “posição de câmbio é longa (comprada) quando o resultado desta operação for positivo e curta (vendida) quando o resultado da operação for negativo”.

De forma simplificada, a posição cambial representa o saldo das operações de câmbio e é apurada através da aplicação da seguinte fórmula:

$$PC = (AME - PME) + (CCL - CVL),$$

Onde:

PC - Posição de câmbio;

AME - Total do Ativo em Moeda Estrangeira;

PME - Total do Passivo em Moeda Estrangeira;

CCL - Operações de Compra em Moedas Estrangeiras Contratadas e não Liquidadas;

CVL - Operações de Venda em Moeda Estrangeira Contratadas e não Liquidadas.

Com recurso ao balancete, apurava-se o saldo das operações de câmbio e de seguida calculava-se o peso da posição cambial por moeda e global sobre o total dos fundos próprios, resultando, a posição cambial em percentagem de fundos próprios.

O Banco Central exige, através do nº1 do artigo 7º da NAP nº 10/2012, de 16 de Julho de 2012, que as instituições financeiras reúnam um conjunto de requisitos, que têm de ser observados cumulativamente para terem acesso a cobertura cambial. Sendo dois deles os seguintes:

- ✓ Ter uma posição de câmbio, por moeda, inferior a 12% dos fundos próprios qualificados do banco;
- ✓ Ter uma posição de câmbio global inferior a 25% dos fundos próprios qualificados.

• **Relatórios**

Durante o estágio, a estagiária auxiliou na elaboração do relatório e contas do ano de 2013 e do relatório interno CAP de janeiro de 2014.

Para o relatório e contas foi necessário efetuar pesquisas e redigir textos sobre a situação da economia no contexto internacional e nacional. No relatório interno CAP, de janeiro, foi necessário elaborar e analisar os mapas do fluxo das ATM e da venda dos cartões de débito do BISTP, comparando-os com os dados do mês anterior e do mesmo mês do ano que antecedeu.

2.3.5. Gabinete de Contabilidade

O Gabinete de Contabilidade (GC) conta com quatro colaboradores: uma diretora e três contabilistas. O estágio neste gabinete teve a duração de três meses, durante os quais foram realizadas as seguintes atividades:

• **Preenchimento da ficha individual e do mapa detalhado de amortizações dos ativos do Banco**

Existe em formato digital uma ficha individual e um mapa de depreciações/amortizações de ativos com os campos pré-definidos que tinham de ser preenchidos para cada novo ativo adquirido pelo BISTP, com base nas informações contidas no processo de imobilizado

(fatura, termo de entrega, proposta de fornecimento, parecer de autorização da compra aprovado pela Comissão Executiva).

O preenchimento desses documentos deve ser efetuado antes de registrar os bens na aplicação de Gestão de Imobilizado (AMS), com o objetivo de tratar as informações para efetuar o registo na aplicação e de permitir a comparação/validação com a informação gerada pela aplicação. De seguida efetua-se o registo dos bens na aplicação.

- **Elaboração das notas de lançamento**

No BISTP as notas de lançamento são efetuadas no Gabinete de Contabilidade, mas o lançamento no sistema informático é realizado no Gabinete de Execuções e Operações (GEO). No final de todos os meses é necessário efetuar as notas de lançamento que já tinham um modelo pré-definido para as amortizações do imobilizado e transferência de imobilizados em curso.

- **Elaboração de reconciliações**

No gabinete de contabilidade são efetuadas as seguintes reconciliações:

- ✓ Contas nos correspondentes;
- ✓ Diferenças de caixa;
- ✓ Diferenças de caixa-forte;
- ✓ Valores a cobrar (cheques compensação, títulos e *cash advance*);
- ✓ Movimento de caixas ATM;
- ✓ Movimentos de POS.

Durante o estágio a reconciliação de contas nos outros bancos nacionais e estrangeiros, movimentos em POS e movimentos de algumas caixas ATM passaram a ser efetuadas pela estagiária.

- **Conferência de folha da existência de notas**

As agências e a tesouraria central enviam mensalmente a folha da existência de notas nacionais e estrangeiras nas suas caixas-fortes no final do mês. Essa folha contém as entradas e as saídas no último dia do mês por notas, para suportar o saldo evidenciado.

A tarefa da estagiária consistiu em verificar se o valor do saldo corresponde ao que está refletido no balancete na moeda nacional e na moeda estrangeira. Verificava ainda se os limites de tesouraria estabelecidos para cada agência estão a ser cumpridos, isto é, se nesse dia a existência de notas não ultrapassava os limites estabelecidos.

Em STP, as normas de contabilidade a serem adotadas pelas instituições financeiras são estabelecidas pelo BCSTP, como prevê os nºs 1 e 2 do artigo 40º, da Lei n.º 9/92 de 28 de julho – Lei das Instituições Financeiras, respetivamente, “as instituições financeiras são obrigadas a elaborar balancetes e relatórios periódicos nos moldes estabelecidos pelo Banco Central, contendo informações sobre a situação administrativa e operacional, liquidez, solvência e rentabilidade, que permitam avaliar a estabilidade e as tendências da evolução da sua situação financeira” e “os relatórios serão elaborados obedecendo às normas de contabilidade estabelecidas pelo Banco Central”.

Atualmente, as demonstrações financeiras fornecidas pelos bancos são elaboradas de acordo com os princípios consagrados no Plano de Contas para as Instituições Financeiras (PCIF). O PCIF entrou em vigor a partir de 2 de janeiro de 2010, com o objetivo de atualizar e adequar o plano à evolução de contas do sistema financeiro santomense e de se “conceber uma estrutura classificativa que compatibilize a atualidade financeira internacional, com as transformações do sistema financeiro santomense”¹⁷.

Em substância, o PCIF representa uma aproximação às normas internacionais de contabilidade (IAS/IFRS), contendo um conjunto alargado de adaptações à realidade santomense.

2.3.6. Direção de Auditoria

O estágio na Direção de Auditoria teve a duração de um mês e meio. O período de estágio nesta direção coincidiu com a realização de uma auditoria à agência sede. Primeiramente, a equipa de três auditores deste departamento forneceu à estagiária o programa de auditoria interna que se realiza às agências, o qual continha 15 pontos com as respetivas descrições de cada item a ser verificado:

1. Organização funcional do balcão;
2. Abertura de contas;
3. Fornecimento de cheques;

¹⁷ Extraído da NAP 05/2009 de 9 de julho de 2009, “Plano de Contas para as Instituições Financeiras (PCIF)”, do Banco Central de STP.

4. Depósitos à ordem;
5. Depósitos a prazo;
6. Pagamento/Levantamento;
7. Processamento no *Back offices*;
8. Diferenças de caixa;
9. Compensação;
10. Correspondência;
11. Meios humanos;
12. Conferência da caixa-forte;
13. Conferência de conta dos colaboradores;
14. Crédito;
15. ATM.

Assim, a estagiária teve a possibilidade de acompanhar o trabalho de um dos auditores e efetuar as tarefas correspondentes aos pontos do programa por ele executado, nomeadamente:

- **Auditoria à ATM**

A agência sede tem sob a sua responsabilidade duas máquinas ATM, uma situada no edifício sede e outra no edifício de logística do BISTP.

Foram verificados todos os documentos das pastas dos meses de abril, maio e junho das duas máquinas ATM (fichas de carregamento/recolha e os extratos), com os seguintes objetivos:

- ✓ Os documentos diários estavam devidamente preenchidos e arquivados;
- ✓ Os documentos continham as duas assinaturas requeridas (caixa e do gerente);
- ✓ Existiam documentos relativos a duas sessões por dia (recolha e carregamento).

- **Depósitos a prazo**

A auditoria aos depósitos a prazo consistiu em verificar as pastas de arquivo dos pedidos de constituição de aplicação dos clientes. Estas pastas devem conter para cada cliente, o formulário de constituição da aplicação preenchido e assinado e uma cópia da aplicação na altura em que foi constituída no sistema informático.

A tarefa da estagiária foi de comparar as informações contidas nos documentos de constituição no sistema informático em formato impresso, com as dos documentos existentes nas pastas de

arquivo. Assim, era necessário comparar as seguintes informações: nome do cliente, número de conta, data de constituição, o montante, a taxa de juro e o prazo.

- **Abertura de contas de clientes particulares**

A auditoria à abertura de contas consistiu na verificação dos documentos existentes nas pastas de arquivo e no sistema informático.

Coube à estagiária verificar se o processo de abertura de conta de cada cliente escolhido pelo auditor contém todos os documentos exigidos: o formulário de abertura preenchido, fotocópia do BI ou passaporte, cartão do NIF e as fichas de assinatura.

- **Contagem física surpresa dos caixas**

A estagiária teve a oportunidade de acompanhar e observar a contagem física surpresa aos “caixas”, a qual ocorreu durante o funcionamento normal da agência.

Após a contagem, imprimiu-se o balancete de cada “caixa” para efetuar a reconciliação com os documentos de caixa (fichas de requisição/remessas, talões de depósitos e talões de levantamento) e posteriormente comparar com o valor obtido na contagem.

Verificou-se também se cada documento de requisição/remessa continha a assinatura do “caixa” e da gerente.

2.3.7. Reflexão crítica

Os conhecimentos adquiridos ao longo da licenciatura em Contabilidade e Auditoria e do Mestrado em Auditoria foram importantes para exercer inúmeras tarefas desenvolvidas no período de estágio, principalmente no Gabinete de Contabilidade e na Direção de Auditoria.

As tarefas desenvolvidas nos outros gabinetes e nas agências careciam que tivesse conhecimentos da atividade bancária, o que implicou algum esforço e estudo adicional para ultrapassar algumas barreiras no decorrer do estágio, com a familiarização e a exploração de cada nova tarefa. A principal dificuldade nas primeiras semanas de estágio foi no manuseamento da aplicação informática *Banka* devido ao número de códigos que era necessário reter para concretizar as operações dos clientes.

Uma limitação é não ter tido acesso às reuniões de planeamento de trabalho e não ter presenciado algumas atividades desenvolvidas pela equipa de auditoria, durante o estágio nesta

Direção. Seria interessante, pois teria constituído um momento de teste da aplicação prática dos conhecimentos teóricos adquiridos pela mestranda durante a parte letiva do Mestrado.

Contudo, o estágio nos outros gabinetes permitiu adquirir conhecimentos sobre as atividades praticadas diariamente no setor bancário não só em termos teóricos, mas também no que se refere à responsabilidade, à ética profissional e ao desenvolvimento de um bom espírito de equipa. É de realçar que as exigências das atividades desenvolvidas diariamente, principalmente o contacto com os clientes, fizeram com que se gerasse todos os dias o diálogo, a argumentação, a responsabilidade, entre outros.

Em suma, a avaliação global do estágio é bastante positiva. O estágio teve uma importância fundamental na formação da estagiária, uma vez que permitiu adquirir as competências técnicas diretamente ligadas à banca e melhorar as competências interpessoais e de relacionamento, com o auxílio de todos os colaboradores.

3. REVISÃO DE LITERATURA

3.1. Ativos intangíveis

3.1.1. Importância dos ativos intangíveis no mundo atual

Ao longo dos últimos anos o ambiente empresarial tem sofrido constantes mutações devido ao desenvolvimento tecnológico, a crescente exigência dos clientes, a crescente competitividade do mercado e a crescente preocupação com a eficiência dos serviços e produtos lançados no mercado. Esse cenário conduz as organizações a investirem não só nos ativos tangíveis, mas também a atribuírem um maior peso no investimento e na gestão dos ativos intangíveis (bancos de dados, *softwares*, capacitação de funcionários, relacionamentos com clientes, marcas, pesquisas e desenvolvimentos de produtos e serviços, etc.) para a manutenção do seu valor económico.

Segundo Kayo e Famá (2004:175), a utilização eficiente dos ativos intangíveis pode aumentar o rendimento dos ativos tangíveis e essa combinação permite a maximização do valor da empresa e da riqueza dos acionistas. Perez e Famá (2006:15) concluem, através de um estudo realizado sobre o impacto dos ativos intangíveis no desempenho económico das empresas, que as empresas com maior parcela de ativos intangíveis geram mais valor para os seus acionistas e mencionam que a ausência de informações sobre os intangíveis nas demonstrações financeiras causam distorções nos números que por sua vez, levam a um enorme distanciamento entre o património dos acionistas refletido na contabilidade e o valor de mercado do mesmo.

Nessa linha de pensamento, Bandeira (2010: 36 e 40) afirma que a empresa necessita cada vez mais de elaborar informação financeira fidedigna e exaustiva devido ao permanente contacto com o meio envolvente (clientes, Estado, trabalhadores, fornecedores, investidores, etc.) e que a inexistência da informação sobre os intangíveis origina os seguintes problemas: a deficiente medição de variáveis macroeconómicas, a afetação ineficiente dos recursos e a deficiente base de sustentação das decisões de investimento. Acrescenta ainda que os ativos intangíveis tendem a não estar refletidos no balanço patrimonial das empresas, mas acabam por ser considerados no seu valor de mercado.

Em suma, atualmente os ativos intangíveis têm vindo a tornar-se uma fonte de vantagem competitiva e o seu reconhecimento, mensuração e divulgação são importantes na medida em que podem ser relevantes para a gestão das empresas, para a orientação das suas decisões estratégicas e de investimentos e para proporcionar maior transparência aos seus *stakeholders*.

3.1.2. Conceitos e características

Para um melhor entendimento do conceito do ativo intangível, a primeira questão a ser colocada é a seguinte: o que é um ativo?

De acordo com o *Financial Accounting Standards Board* (FASB, 1985) um ativo é definido como um “provável benefício económico futuro obtido ou controlado por uma determinada entidade em resultado de uma transação ou evento passado”. Em termos similares se pronuncia a Estrutura Conceptual do *International Accounting Standards Board* (IASB, 2001), no seu § 49, quando define ativo como “um recurso controlado pela empresa como resultado de acontecimentos passados e do qual se espera que fluam para a empresa benefícios económicos futuros”.

Para Bandeira (2010:51) um ativo deve ser considerado como “todo o recurso que a empresa tem o poder de gerir de forma a obter benefícios económicos com a sua fruição”.

Segundo o Dicionário *online* da Porto Editora a palavra intangível significa “que não se pode tocar” ao contrário da palavra tangível que significa “que se pode tocar, palpável, que tem existência física”.

Hendriksen e Breda (citado em Rodrigues, 2003:166) definem o ativo intangível como “um ativo fixo sem substância física, cujos valores dependem dos direitos que a sua posse confere”.

Por sua vez, Kayo (2002:14) considera um ativo intangível como “um conjunto, estruturado de conhecimentos, práticas e atitudes da empresa que, interagindo com os seus ativos tangíveis, contribui para a formação de valor das empresas”.

Também Bandeira (2010:52) menciona que “os ativos intangíveis são passíveis de identificação, são uma fonte de prováveis benefícios económicos futuros, carecem de materialidade física e são controlados pela empresa como resultado de acontecimentos passados”.

Assim, os ativos intangíveis (AI) são ativos que não se podem tocar porque não possuem existência física e “têm a sua origem nos conhecimentos, habilidades, valores e atitudes das pessoas que fazem parte da organização” (Marques, 2005:5).

Pode-se verificar que os ativos intangíveis devem possuir características próprias para serem definidos como tal. Kyeso e Weygandt (citado em Rodrigues, 2003:166) enumeram um conjunto de características que definem os ativos intangíveis:

- Sem substância física;
- Elevado grau de incerteza em relação à obtenção dos benefícios económicos;
- Têm valor apenas para uma certa empresa;
- Têm uma vida económica com duração, frequentemente indeterminável;
- Estão sujeitos a variações de valor por os seus benefícios resultarem de algumas vantagens competitivas.

Reilly e Schweihs (1998:10) também relatam algumas características que permitem identificar os AI:

- Devem possuir substância física;
- Podem ser tocados e vistos;
- Devem ser perceptíveis ao toque.

Navas y Guerras (citado em Marques, 2009:187) relatam que os AI possuem as seguintes características básicas: são ativos que se sustentam em informação, esta informação nem sempre é codificável e os direitos de propriedade desses recursos nem sempre estão bem definidos.

Cañibano et al. (2009:3) mencionam algumas características fundamentais que permitem distinguir os ativos intangíveis dos ativos tangíveis: (a) a incerteza do processo de gerar benefícios económicos para a empresa, pois o investimento em AI não garante a obtenção de benefícios futuros nem a sua aplicação direta no processo produtivo; (b) a dificuldade em estabelecer o controlo sobre o ativo, mesmo através de patentes, marcas ou direitos de autores; (c) acarretam um maior risco de investimento; (d) a amortização, a imparidade e a vida útil são diferentes dos ativos tangíveis, mudam rapidamente e por vezes são difíceis de estabelecer; (e) a avaliação dos AI é complexa devido à ausência de mercados ativos para estes ativos, portanto não possuem um valor definido ao menos que sejam comprados separadamente ou como parte de uma concentração de atividades empresariais.

Bandeira (2010:43) realça quatro características principais dos intangíveis: rendibilidade crescente, uso contínuo, uso limitado à dimensão do mercado, elevados custos ocultos e baixos custos variáveis.

3.1.3. Classificação

Na literatura económica existem várias propostas, de diversos autores, para uma classificação dos ativos intangíveis.

Segundo Reilly e Schweihs (1998:19) os AI podem ser classificados em conformidade com a categoria que estão relacionados, que são:

- Marketing: logótipos, *trademarks*, etc.;
- Tecnologia: patentes, documentação técnica, conhecimentos técnicos, etc.;
- Arte: obras literárias e direitos de autor, composição musical, etc.;
- Processamento de dados: *software*, direitos autorais de *software*, bases de dados automatizadas, etc.;
- Engenharia: desenho industrial, patentes de produtos, etc.;
- Clientes: listas de clientes, contratos com clientes, relacionamentos com clientes, etc.;
- Fornecedores: contratos de fornecimento, licenças, *franchise*, acordos de não concorrência, etc.;
- Capital humano: força de trabalho, contratos de trabalho, competência, formação, etc.;
- Localização: arrendamentos, direitos de exploração, etc.;
- *Goodwill*.

Para Kayo (2002:19), os AI podem ser classificados em ativos humanos, ativos de inovação, ativos estruturais e ativos de relacionamento, como se pode verificar na tabela 3.

Tabela 3 - Proposta de Kayo para a classificação dos ativos intangíveis

Tipo de intangível	Principais componentes
Ativos Humanos	• Conhecimento, talento, capacidade, habilidade e experiência dos empregados; • Administração superior ou empregados-chave; • Treinamento e desenvolvimento; • Etc.
Ativos de Inovação	• Pesquisa e desenvolvimento; • Patentes; • Fórmulas secretas; • <i>Know-how</i> tecnológico; • Etc.
Ativos Estruturais	• Processos; • <i>Softwares</i> proprietários; • Banco de dados; • Sistemas de informação; • Sistemas administrativos; • Inteligência de mercado; • Canais de mercado; • Etc.
Ativos de Relacionamento (com públicos estratégicos)	• Marcas; • Logos; • <i>Trademarks</i>; • Direitos autorais (de obras literárias, de softwares, etc.); • Contratos com clientes, fornecedores, etc.; • Contratos de licenciamento, franquias, etc.; • Direitos de exploração mineral, de água, etc.; • Etc.

Fonte: Kayo (2002:19)

Viedma (2003), Medrano Chivite et al. (2003) (citado em Marques, 2009:191) defendem que os AI podem ser classificados em ativos de competência individual, de estrutura interna e de estrutura externa, distinguindo-se do seguinte modo:

- Ativos de competência individual – estes ativos referem-se aos conhecimentos, educação, experiência, *know-how* e habilidades das pessoas que trabalham numa organização. Este conjunto de ativos, também denominado por capital humano, não é propriedade da organização;
- Ativos de estrutura interna – estes ativos referem-se à gestão e sistemas de direção, à cultura da organização, aos métodos e procedimentos de trabalho, ao *software*, às bases de dados e à investigação e desenvolvimento (I&D). Este conjunto de ativos é da propriedade da organização, podendo alguns deles ser objeto de proteção legal, tais como, patentes, propriedade intelectual, etc.;
- Ativos de estrutura externa – estes ativos referem-se às relações com fornecedores, carteira de clientes, acordos de cooperação e alianças tecnológicas. Este conjunto de ativos é da propriedade da organização e podem ser protegidos legalmente, por exemplo, as marcas comerciais.

Wyatt (2008:5) distingue seis categorias de AI e menciona que estão relacionadas com três grandes categorias de recursos de empresas, conforme se apresenta na tabela 4.

Tabela 4 - Proposta de Wyatt para a classificação dos ativos intangíveis

Categorias de recursos de empresas	Categorias dos AI
Recursos tecnológicos	1. Recursos de pesquisas e de desenvolvimento;
Recursos humanos	2. Recursos de capital humano;
Recursos de produção	3. Publicidades e marcas; 4. Fidelização de clientes; 5. Vantagens competitivas; 6. <i>Goodwill</i> .

Fonte: Wyatt (2008:5)

Blair e Wallman (citado em Zéghal e Maaloul, 2011:263) identificam três principais categorias de AI:

- Intangíveis para os quais os direitos de propriedade são relativamente claros e para os quais existe mercado (geralmente, podem ser comprados e vendidos). Exemplos: patentes, direitos autorais, marcas comerciais, base de dados, licenças, acordos de negócios, etc.;

- Intangíveis que são controlados pela empresa, mas para os quais pode não existir direitos de propriedade bem definidos, legalmente protegidos e para os quais existe um mercado reduzido podendo até não existir mercado. Exemplos: processos de I&D, segredos de negócios, reputação, processos de negócios, etc.;
- Intangíveis para os quais as empresas têm reduzido direito de controlo, se houver, não existe mercado e estão vinculados às pessoas que trabalham para a empresa. Exemplos: recursos humanos, ativos estruturais e relacionamentos com os clientes.

3.1.4. Enquadramento contabilístico dos ativos intangíveis

3.1.4.1. *International Accounting Standard 38*

O objetivo da *International Accounting Standard 38* (IAS 38), tal como indica o seu §1 “é o de prescrever o tratamento contabilístico de ativos intangíveis que não sejam especificamente tratados noutras Normas. Esta Norma exige que uma entidade reconheça um ativo intangível se, e apenas se, critérios especificados forem satisfeitos. A Norma também especifica como mensurar a quantia escriturada de ativos intangíveis e exige divulgações especificadas acerca de ativos intangíveis”.

De acordo com a Norma, esta deve ser aplicada na contabilização de ativos intangíveis, desde que não sejam:

- Ativos intangíveis que estejam no âmbito de outra Norma;
- Ativos financeiros (IAS 32 – Instrumentos Financeiros);
- Ativos de exploração e avaliação (IFRS 6 – Exploração e Avaliação de Recursos Minerais);
- Dispendio com o desenvolvimento e extração de minérios, petróleo, gás natural e recursos não regenerativos similares.

A IAS 38, no seu §8, define um ativo intangível como “um ativo não monetário identificável sem substância física”. O §9 da Norma refere alguns exemplos comuns de elementos englobados nos ativos intangíveis: *software* de computadores, patentes, *copyrights*, filmes, listas de clientes, direitos de hipotecas, licenças de pesca, *franchises*, relacionamentos com clientes ou fornecedores, fidelidade de clientes, quota de mercado e direitos de comercialização.

Tendo em consideração as definições de ativo e de ativo intangível apresentadas pelo normativo contabilístico internacional, para que um item seja considerado como ativo intangível tem de satisfazer os seguintes critérios:

- Pode ser controlado;
- Deve existir expectativa de benefícios económicos futuros;
- Deve ter um carácter não monetário;
- Deve carecer de substância física;
- Deve ser identificável.

Relativamente ao critério da identificabilidade, a norma refere que um ativo o satisfaz quando for separável, isto é, se for possível separá-lo ou dividi-lo da entidade e vendê-lo, transferi-lo, licenciá-lo, alugá-lo ou trocá-lo, “seja individualmente ou em conjunto com um contrato, ativo ou passivo relacionado; ou resultar de direitos contratuais ou de outros direitos legais, quer esses direitos sejam transferíveis quer sejam separáveis da entidade ou de outros direitos e obrigações” (IAS 38, §12). O ativo pode ser controlado se a entidade tiver a capacidade de obter benefícios económicos futuros e de restringir o acesso a tais benefícios. Considerando Martins (2010:140), os benefícios económicos futuros “podem consistir num aumento do rendimento, diminuição de gastos ou outras vantagens resultantes do uso do ativo pela entidade que o controla”.

Uma entidade só reconhece um ativo como intangível se, e apenas se, demonstrar que o mesmo satisfaz a definição de um ativo intangível e os critérios de reconhecimento:

- For provável que os benefícios económicos futuros esperados que sejam atribuíveis ao ativo fluam para a entidade;
- O seu custo possa ser fiavelmente mensurado.

Assim, segundo o §10 da Norma, nem todos os elementos referidos como exemplos de AI no §9 asseguram o cumprimento dos requisitos para satisfazerem a definição de um ativo intangível.

O ativo intangível deve ser mensurado inicialmente pelo seu custo, que é calculado de acordo com a sua forma de obtenção, como se pode verificar na tabela 5.

Tabela 5 - Mensuração inicial do ativo intangível

Forma de obtenção	Descrição do custo
Aquisição separada	O custo compreende o preço de compra, incluindo os direitos de importação e os impostos de compra não reembolsáveis, após dedução dos descontos comerciais e abatimentos e qualquer custo diretamente atribuível de preparação do ativo para o seu uso pretendido (exemplos: custos de benefícios dos empregados, honorários profissionais e custos de testes). (§27 e 28)
Aquisição como parte de uma concentração de atividades empresariais	O custo é o justo valor do ativo intangível à data de aquisição, o qual deverá refletir as expectativas dos participantes no mercado nessa data de obtenção de benefícios económicos futuros. Os critérios de reconhecimento da probabilidade e da mensuração consideram-se sempre satisfeitos, facilitando-se assim o surgimento de intangíveis não reconhecidos em contas individuais. O justo valor deve ser determinado seguindo a hierarquia da IFRS 13. (§33)
Aquisição por meio de um subsídio governamental	O custo é o justo valor do ativo intangível ou uma quantia nominal mais qualquer dispêndio que seja diretamente atribuível para preparar o ativo para o seu uso pretendido. (§44)
Trocas de ativos	O custo é mensurado pelo justo valor a não ser que a transação da troca careça de substância comercial ou nem o justo valor do ativo recebido nem o justo valor do ativo cedido sejam fiavelmente mensuráveis. Se não for mensurado pelo justo valor, o seu custo é mensurado pela quantia escriturada do ativo cedido. (§45)
Ativos intangíveis gerados internamente	O custo compreende todos os custos diretamente atribuíveis necessários para criar, produzir e preparar o ativo para ser capaz de funcionar de forma pretendida e a soma dos dispêndios incorridos desde a data em que o ativo intangível primeiramente satisfaz os critérios de reconhecimento. (§65 e 66)

Fonte: Adaptado da IAS 38

Com base na IAS 38, podemos distinguir dois tipos de AI: os adquiridos separadamente (aquisição separada, aquisição como parte de uma concentração de atividades empresariais, aquisição por meio de um subsídio governamental e trocas de ativos) e os gerados internamente. Os AI adquiridos separadamente “cumprem sempre o critério da obtenção de benefício económico futuro e cumprem normalmente o critério de mensuração do custo com fiabilidade” (Gomes e Pires, 2011:180), já os gerados internamente apresentam uma maior dificuldade na satisfação dos critérios de definição e de reconhecimento de um ativo intangível.

No que respeita aos AI gerados internamente, a norma estabelece que o *goodwill* gerado internamente não deve ser reconhecido como um ativo e que dada a dificuldade inerente à avaliação dos critérios de reconhecimento torna-se necessário classificar a geração de um ativo intangível em duas fases: a fase de pesquisa e a fase de desenvolvimento. Na fase de pesquisa não é possível provar que efetivamente existe ou existirá um ativo intangível e que este irá gerar benefícios económicos futuros para a entidade, assim todos os dispêndios correspondentes a esta fase devem ser reconhecidos como gasto do período. A fase de desenvolvimento engloba estágios mais avançados do que a fase de pesquisa, por isso pode ser possível identificar o ativo intangível e demonstrar que o ativo gerará prováveis benefícios económicos futuros. No entanto, para que o ativo intangível proveniente de desenvolvimento seja reconhecido como tal, é indispensável demonstrar que o ativo cumpre com um conjunto de condições relacionadas com o êxito técnico, comercial e financeiro (§57):

- A viabilidade técnica e a intenção de concluir o ativo intangível para o uso ou venda;
- A capacidade de usá-lo ou vendê-lo;
- A forma como o ativo intangível gerará prováveis benefícios económicos futuros;
- A disponibilidade de adequados recursos técnicos, financeiros e outros para concluir o desenvolvimento do ativo intangível;
- A capacidade de mensurar com fiabilidade o dispêndio atribuível ao ativo intangível durante a sua fase de desenvolvimento.

Se num projeto para criar internamente um ativo intangível, não for possível distinguir a fase de pesquisa da fase de desenvolvimento, a entidade deve tratar o dispêndio nesse projeto como se fosse incorrido somente na fase de pesquisa (§53), isto é, como um gasto do período.

Relativamente à mensuração subsequente, uma entidade deve escolher entre dois modelos de contabilização: modelo do custo ou modelo de revalorização, como a sua política contabilística.

No modelo do custo, após o reconhecimento inicial, um ativo intangível deve ser escriturado pelo seu custo menos qualquer amortização acumulada e quaisquer perdas por imparidade acumuladas (§74). No modelo de revalorização, após o reconhecimento inicial, um ativo intangível deve ser escriturado por uma quantia revalorizada, que seja o seu justo valor à data da revalorização menos qualquer amortização acumulada subsequente e quaisquer perdas por imparidade acumuladas subsequentes (§75).

Como é afirmado no §79 da Norma, “a frequência de revalorizações depende da volatilidade dos justos valores dos ativos intangíveis que estão a ser revalorizados”. Os AI com movimentos significativos e voláteis no justo valor necessitam de serem revalorizados anualmente, o que é desnecessário para os AI com movimentos insignificantes no justo valor. As amortizações acumuladas existentes à data de cada revalorização devem ser (§80):

- Reexpressas proporcionalmente com a alteração na quantia escriturada bruta do ativo a fim de que a quantia escriturada do ativo após a revalorização iguale a quantia revalorizada; ou
- Eliminadas contra a quantia bruta escriturada do ativo e a quantia líquida reexpressa como a quantia revalorizada do ativo.

Após a seleção de um dos modelos de mensuração, a entidade deve aplicar o mesmo modelo para todos os AI da mesma classe, mas no caso do modelo de revalorização, essa exigência da norma só não será aplicável, se não houver um mercado ativo para esses ativos (§72), deste modo o ativo intangível deve ser escriturado pelo modelo do custo (§81).

Referente à vida útil de um ativo intangível, a IAS 38 recomenda que a entidade deve avaliar se a vida útil do ativo é finita ou indefinida. Se a vida útil for finita, significa que existe um limite previsível para o período durante o qual se espera que o ativo gere benefícios económicos futuros, então a entidade deve avaliar a duração, ou o número de unidades de produção ou similares constituintes dessa vida útil. Se com base em uma análise de todos os fatores relevantes, não for possível fixar um limite previsível para o período durante o qual se espera que o ativo gere fluxos de caixa líquidos, então o ativo terá uma vida útil indefinida (§88).

Um ativo intangível com a vida útil finita deve ser amortizado, a sua quantia depreciável deve ser imputada numa base sistemática durante a sua vida útil. A amortização deve começar quando o ativo estiver disponível para o uso, isto é, quando estiver na localização e condições necessárias para que seja capaz de operar da forma pretendida pela gestão (§97). Um ativo

intangível com vida útil indefinida não deve ser amortizado, mas a norma exige que se faça o teste de imparidade anualmente e/ou sempre que haja uma indicação de que o mesmo pode estar com imparidade, através da comparação entre a quantia recuperável e a quantia escriturada do ativo (§107 e 108).

O desreconhecimento do ativo intangível ocorre no momento da alienação ou quando não se esperam futuros benefícios económicos do seu uso ou alienação (§112).

A IAS 38 menciona que se deve divulgar para cada classe de ativos intangíveis, distinguindo entre os gerados internamente e outros, as seguintes informações (§188):

- Se as vidas úteis são indefinidas ou finitas e, se forem finitas, as vidas úteis ou as taxas de amortização usadas;
- Os métodos de amortização usados para ativos intangíveis com vidas úteis finitas;
- A quantia bruta escriturada e qualquer amortização acumulada (agregada com as perdas por imparidade acumuladas) no começo e no fim do período;
- Os itens de cada linha da demonstração dos resultados em que qualquer amortização de ativos intangíveis esteja incluída;
- Uma reconciliação da quantia escriturada no início e no fim do período mostrando:
 - ✓ Adições, indicando separadamente as provenientes de desenvolvimento interno, as adquiridas separadamente e as adquiridas através de concentrações de atividades empresariais;
 - ✓ Ativos classificados como detidos para a venda ou incluídos num grupo para alienação classificado como detido para a venda de acordo com a IFRS e outras alienações;
 - ✓ Aumentos ou diminuições durante o período resultantes de revalorizações segundo os parágrafos 75, 85 e 86 e de perdas por imparidades reconhecidas ou revertidas em outro rendimento integral de acordo com a IAS 36;
 - ✓ Perdas por imparidade reconhecidas e revertidas nos lucros ou prejuízos durante o período de acordo com a IAS 36 (se houver);
 - ✓ Qualquer amortização reconhecida durante o período;
 - ✓ Diferenças cambiais líquidas resultantes da transposição das demonstrações financeiras para a moeda de apresentação, e da transposição de uma unidade operacional estrangeira para a moeda de apresentação da entidade;
 - ✓ Outras alterações na quantia escriturada durante o período.

O § 122 determina que uma entidade também deve divulgar:

- Para um ativo intangível avaliado como tendo uma vida útil indefinida, a quantia escriturada desse ativo e as razões que apoiam a avaliação de uma vida útil indefinida, bem como uma descrição dos fatores que foram significativos na determinação da vida útil indefinida;
- Uma descrição, a quantia escriturada e o período de amortização restante de qualquer ativo intangível individual que seja material para as suas demonstrações financeiras;
- Para os AI adquiridos por meio de um subsídio governamental e inicialmente reconhecido pelo justo valor:
 - ✓ O justo valor inicialmente reconhecido;
 - ✓ A sua quantia escriturada;
 - ✓ O modelo de mensuração utilizado após o reconhecimento inicial.
- A existência e as quantias escrituradas de AI cuja titularidade esteja restringida e as quantias escrituradas de AI dados como garantias de passivos;
- A quantia de compromissos contratuais para aquisição de AI.

Quando os AI forem mensurados após o reconhecimento usando o modelo de revalorização devem ser divulgadas as seguintes informações, segundo o §124:

- Por classe de ativos intangíveis:
 - ✓ A data da eficácia da revalorização;
 - ✓ A quantia escriturada de AI revalorizados;
 - ✓ A quantia escriturada que teria sido reconhecida se a classe revalorizada de AI tivesse sido mensurada após o reconhecimento usando o modelo de custo;
- A quantia do excedente de revalorização relacionada com AI no início e no final do período, indicando as alterações durante o período e quaisquer restrições na distribuição do saldo aos acionistas;
- Os métodos e os pressupostos significativos aplicados na estimativa do justo valor dos ativos.

Relativamente aos dispêndios de pesquisa e desenvolvimento a entidade deve divulgar a quantia agregada do dispêndio de pesquisa e desenvolvimento reconhecido como um gasto durante o período (§126).

No que toca às divulgações voluntárias, a Norma encoraja a divulgação de uma descrição de qualquer ativo intangível inteiramente amortizado que ainda esteja em uso e uma breve descrição de ativos intangíveis significativos controlados pela entidade mas não reconhecidos como ativos porque não satisfazem os critérios de reconhecimento definidos pela Norma ou porque foram adquiridos ou gerados antes de a versão da IAS 38 emitida em 1998 ter entrado em vigor.

3.1.5. Limitações na contabilização dos ativos intangíveis

Nas últimas décadas, o peso dos ativos intangíveis tem vindo a crescer no ambiente empresarial, por isso passaram a merecer uma maior atenção dos contabilistas, gestores e investidores. No entanto, o tratamento contabilístico adequado no âmbito dos intangíveis constitui um desafio para a contabilidade, principalmente, no que respeita à sua forma de reconhecimento, valorização e divulgação nas demonstrações financeiras.

Segundo Macagnan (2004:7) a distinção entre o tratamento contabilístico definido na IAS 38 para os intangíveis adquiridos e os intangíveis gerados internamente constitui um problema na medida que esta diferença compromete os custos de investigação e de inovação das empresas. A mesma autora defende que as empresas realizam investigações com o objetivo de obter ganhos e deve-se ter em conta que este objetivo nem sempre é alcançado, portanto não reconhecer os custos de investigação como ativo intangível pode influenciar a maneira de investir nas empresas. Macagnan (2004:8) realça a necessidade de criar normas que conduzam à diminuição da assimetria da informação, isto porque a ausência de regras que orientam a divulgação da informação sobre os intangíveis pode levar à manipulação da informação e jogos de interesses por parte da gestão.

Rodríguez e Díaz (citado em Macagnan, 2004:7) referem que “são muitos, os investimentos em intangíveis que não satisfazem os requisitos de reconhecimento contabilístico e não aparecem claramente identificados nas contas anuais”. Podemos verificar que estes autores consideram que os critérios de reconhecimento são restritivos e que uma grande parte dos ativos intangíveis não são capitalizados.

Nesse contexto, Lopéz (2005:150) fundamenta que existem vários elementos ou investimentos em intangíveis que possuem a sua própria natureza e mercados com características próprias,

logo não satisfazem os critérios exigidos pela norma. O autor socorre-se de outro autor (Baruch Lev) para justificar que as empresas nem sempre têm um controlo total sobre os benefícios gerados pelos ativos: “Dado que a empresa não exerce um controlo legal restrito sobre a maioria dos ativos intangíveis (como o capital humano, o *know-how* e os custos de angariação de clientes), os reguladores contabilísticos mostram-se reticentes a conceder a qualificação de ativos, o que resulta na atribuição imediata da maioria dos investimentos intangíveis das empresas como custos do exercício em que são realizados” (Lev, 2001). Como conclusão, Lopéz (2005:151) menciona que as normas contabilísticas não se adaptam à verdadeira natureza dos intangíveis nem aos fenómenos de exclusão parcial, por isso não proporcionam informação adequada e confiável acerca do verdadeiro valor que o investimento nesses ativos gera para as empresas.

Cañibano et al. (2009:5) referem que os critérios de reconhecimento determinados pela IAS 38 “representam o principal obstáculo para o reconhecimento da maior parte dos intangíveis das empresas, em especial, dos gerados internamente”. Acrescentam que a maior parte dos investimentos em AI não reúnem os critérios de reconhecimento de um ativo intangível e são reconhecidos como gastos devido, principalmente, à incerteza existente em torno dos benefícios económicos futuros e a dificuldade de estimar fiavelmente o seu valor. No que respeita à divulgação da informação sobre os intangíveis os autores afirmam que não existe um guia padrão para a preparação e apresentação dessa informação, logo, torna-se “fundamental realizar esforços para desenvolver modelos standardizados que permitam fornecer informações fiáveis, comparáveis e relevantes” (Cañibano et al., 2009:5).

Para Martins (2010:141), “o controlo sobre o ativo e a estimativa acerca da probabilidade de geração de benefícios económicos futuros” constituem duas grandes dificuldades para o reconhecimento do ativo intangível. O autor menciona que a própria norma reconhece que “em muitos casos, a identificabilidade, o controlo e a probabilidade de benefícios económicos futuros não estarão assegurados”. A IAS 38 determina que os dispêndios para adquirir ou gerar elementos que não satisfazem tais critérios deverão ser reconhecidos como gastos. Martins (2010:145) concorda com esse tratamento prudencial previsto pela norma, justificando que “a manipulação da informação que os *insiders* poderão ser tentados a fazer é mais prejudicial do que o efeito económico da falta de reconhecimento de certos supostos intangíveis nas demonstrações financeiras”, mas a sua preferência não é “por entender que esta posição só tem vantagens por comparação com a lógica alternativa da capitalização como regra”, mas por ser

o menor dos dois males. Segundo o autor “o ônus da prova da obtenção efetiva de vantagens futuras provenientes” da capitalização ou não de certos gastos é competência da gestão da entidade e que esta “poderá não capitalizar intangíveis que o mercado os incluirá no valor da entidade se o desempenho periódico provar que tal se justifica”.

Bandeira (2010:37) defende que a atual estrutura conceptual da contabilidade proporciona uma visão limitada e conservadora no âmbito dos intangíveis, por isso necessita de ajustamentos para a nova realidade das empresas, uma vez que as normas contabilísticas foram concebidas e desenvolvidas para indústrias tradicionais. A referida autora menciona que o modelo contabilístico atual se tem mostrado incapaz no tratamento dos intangíveis, provavelmente, devido à dificuldade que se tem enfrentado na avaliação do valor desses ativos. Apoia-se em alguns estudos empíricos¹⁸ para demonstrar a falha do modelo contabilístico atual, pois estes revelaram a existência de um desfasamento crescente entre o valor contabilístico e o valor de mercado das empresas.

Na opinião de Morettini (2010:35), independentemente de os profissionais altamente qualificados, do relacionamento com os clientes, da marca bem posicionada, de *softwares* de última geração, etc. serem identificáveis ou não, serem adquiridos ou gerados internamente, da sua avaliação ser facilmente realizável ou não, é inegável que são ativos muito importantes para a entidade e devem ser refletidos. Este autor também partilha a posição de que não reconhecer esses ativos como intangíveis significa subavaliar o valor do ativo e apresentar aos interessados com uma informação financeira incorreta, para determinar o valor da empresa, o resultado do exercício, a rentabilidade de um investimento em investigação e desenvolvimento, etc., afetando claramente a tomada de decisão.

Um ativo intangível estreitamente relacionado com o setor bancário, que não cumpre com os requisitos de reconhecimentos determinados pela IAS 38 são os *core deposits*.

Martins (2002:261) explica que os depósitos dos clientes (depósitos à ordem e a prazo) representam uma fonte de captação de recursos de baixo custo para os bancos quando comparada com as outras fontes alternativas de captação. Embora os clientes possam movimentar os seus depósitos à ordem a qualquer momento, existe uma parcela desses depósitos que se espera que permaneçam no banco durante um longo período de tempo. Assim,

¹⁸ Estudos empíricos de Lev e Zarowin (1999) “The boundaries of financial reporting and how to extend them” e de Rojo et Al. (1999) “Intangible Assets and Accounting information in the EU”.

os *core deposits* correspondem à parcela dos depósitos dos clientes que os bancos esperam que não sejam resgatados durante um extenso período, procurando estabelecer e manter uma relação estável e duradoura com esses clientes. Como afirma Martins (2002:261), essa relação proporciona ao banco recursos que permanecem durante um longo período e podem ser utilizados em investimentos, como empréstimos e/ou aplicações, possibilitando a obtenção e acumulação de benefícios económicos futuros que fluem exclusivamente para o banco e são geridos e controlados pelo mesmo. Assim, o referido autor afirma que os *core deposits* são um ativo. Relativamente à satisfação das características de um ativo intangível, o mesmo autor menciona que os *core deposits* não apresentam corpo físico e são passíveis de serem identificados e separados pelo facto de a sua avaliação ser feita com base em fluxos de caixas específicos, identificáveis e determinados. O autor acrescenta ainda que quando existe mercado organizado para esses ativos, como é o caso dos Estados Unidos da América, são avaliados e negociados em separado do valor total da instituição financeira.

Martins (2002:261) concorda que os *core deposits* satisfazem os critérios de definição e de reconhecimento de um ativo intangível quando adquirido numa concentração de atividades empresariais, mas não quando são gerados internamente.

Os *core deposits* não são reconhecidos como um ativo intangível pela IAS 38 porque é pouco provável que a exigência de mensurar o seu justo valor com fiabilidade no reconhecimento inicial seja satisfeita, no entanto, algumas instituições financeiras calculam os *core deposits* para efeitos de gestão de risco. Por sua vez, o FASB reconhece como um ativo intangível separadamente do *goodwill* os elementos baseados nas relações entre as instituições financeiras e os seus clientes (quer os que depositam quer os que emprestam uma quantia monetária), provenientes de uma concentração de atividades empresariais, se forem identificados separadamente e se o seu justo valor puder ser determinado com fiabilidade.¹⁹

Muitos autores concordam que com a evolução das novas tecnologias e serviços, as empresas precisam de adequar-se à nova realidade, onde o conhecimento se tornou um recurso económico fundamental. O capital intelectual é outro ativo intangível que, devido à limitação das normas contabilísticas, não é reconhecido e divulgado pelas organizações, mas no meio empresarial e académico vem-se constatando que a diferença entre o valor de mercado e o valor contabilístico das empresas pode ser explicada pela valorização do capital intelectual agregado nas empresas.

¹⁹ A *Statement of Financial Accounting Standards* nº 147, *Acquisitions of Certain Financial Institutions*.

Antunes e Martins (2002:47) defendem que se a nova realidade demonstra que os elementos que compõem o capital intelectual geram valor para a empresa, então a contabilidade deve considerar tais ativos intangíveis e desenvolver uma forma de evidenciá-los.

Em suma, muitos autores defendem que os critérios de reconhecimento dos ativos intangíveis previstos na IAS 38 são restritivos, o que se traduz numa limitação à qualificação de diversos elementos ou investimentos como tal. Por outro lado, alguns concordam com o tratamento definido pela norma, como um meio de evitar a manipulação da informação. Mas, a maioria concorda que o atual normativo contabilístico referente ao tratamento dos intangíveis se revela pouco ajustado à realidade económica e empresarial, contribuindo deste modo para a distorção da informação real acerca do verdadeiro valor gerado pelos ativos intangíveis nas organizações.

3.2. Capital Intelectual

3.2.1. Conceito e importância

Como já foi mencionado, nas últimas décadas o ambiente empresarial tem sido submetido a uma intensa mudança devido à globalização da economia mundial e ao desenvolvimento contínuo das novas tecnologias de comunicação e de informação. A principal fonte de geração de riqueza e de vantagens competitivas das organizações deixou de ser os ativos fixos tangíveis (o capital e a mão-de-obra) para ser os ativos intangíveis.

Neste contexto de mudança, Matos e Lopes (2008:233) afirmam que “a economia confronta as empresas com inúmeros desafios, já não chega produzir, as premissas atuais assentam no conhecimento como condição para se atingir a produtividade e a competitividade”. Deste modo, o conhecimento passou a “representar mais uma variável no processo de criação de valor da empresa” (Rodrigues et al., 2009:18) e as organizações entraram numa nova fase a que muitos denominam “Era do conhecimento”.

Quinapanta et al. (2012:51) comentam que a dinâmica desta nova Era “transformou as diferentes perceções e necessidades sobre a gestão e a informação contabilística, exigindo que se reflita explicitamente os principais fatores que geram os benefícios das empresas, os que constituem hoje o principal ativo de qualquer organização: o capital intelectual, expressado pelos conhecimentos, habilidades, valores e atitude das pessoas relacionadas a gestão empresarial”. Os mesmos autores mencionam que as características que diferenciam a “Era do conhecimento” da anterior “Era Industrial” são: novo desenho da gestão dos recursos humanos,

maior flexibilidade nos processos produtivos, ciclo de vida dos produtos cada vez mais curtos, tendência a acrescentar o conteúdo de informação e conhecimento nos produtos e serviços e tecnologias mais avançadas para a produção e geração de informações.

Na realidade, o interesse das organizações pela valorização do conhecimento não é algo novo, “a novidade está no reconhecimento de que o conhecimento é um ativo que é necessário gerir com a mesma atenção dedicada aos demais ativos” (Matos e Lopes, 2008:234), isto porque a aplicação do conhecimento nas organizações produz benefícios intangíveis que agrega valor às mesmas. A esse conjunto de intangíveis denominou-se capital intelectual (CI).

Edvinsson e Malony (citado em Roman, 2004:70) definem o capital intelectual “como a posse de conhecimentos, experiência aplicada, tecnologia organizacional, relações com clientes e habilidades profissionais que oferecem à empresa uma vantagem competitiva no mercado”.

Roman (2004:70), após ter efetuado uma análise aos conceitos do CI mencionados por vários autores, defende que o capital intelectual “está constituído por todos aqueles conhecimentos ou ideias que os membros de uma empresa possuem e que são postos em prática para contribuir fornecendo vantagens competitivas dentro do mercado em que operam”.

De acordo com Cabrita (2012:64), o CI “é um fenómeno que se identifica com a criação e sustentabilidade das inter-relações entre todo um conjunto de saberes, experiências e competências que existem dentro e fora da organização”. Acrescenta ainda que “é um fenómeno de interações e complementaridades, significando que podemos melhorar a produtividade de um recurso através do investimento noutros recursos” (Cabrita, 2012:64).

Quinapanta et al. (2012:60) definem o CI “como o recurso intangível que cria valores quantitativos e qualitativos para a organização a partir da eficiência e eficácia alcançada por cada pessoa no seu posto de trabalho e na gestão das suas atividades executadas para satisfazer as necessidades dos clientes internos e externos, e que se traduz em efetividade”.

Pode-se encontrar um vasto leque de definições de capital intelectual e uma diversidade de terminologia. Costa (2012:50) refere que a inexistência de uma definição universalmente aceite evidencia o estado embrionário da investigação sobre esta temática. Mas, é possível encontrar nestas definições alguns elementos comuns: (i) as componentes do capital intelectual são intangíveis; (ii) o capital intelectual é resultante de uma ação coletiva e (iii) o capital intelectual cria valor ou tem potencial para criar valor (Costa, 2012:50). Cabrita (2012:65) refere que se

pode apontar pelo menos três elementos que caracterizam o CI: intangibilidade, conhecimento que cria valor e efeito de uma prática coletiva.

No mundo globalizado em que vivemos, é incontestável que o CI efetivamente cria valor e é uma fonte de vantagem competitiva para as organizações. Tem-se verificado um aumento de discussões e de investigações relacionadas com a identificação, medição, avaliação e divulgação desse ativo, o que demonstra que no meio acadêmico e empresarial se tem vindo a perceber que o “capital intelectual é real e proporciona valor” (Bontis, 1999:442).

O CI de uma organização “representa a riqueza de ideias e capacidade de inovação que irá determinar o futuro da organização” (Bontis, 1999:442), neste sentido torna necessário que os gestores das empresas compreendam que “vendem em seus produtos ou serviços mais do que produto ou serviço, vendendo um conjunto de vários elementos que o comprador percebe ou assimila, vende tudo o que torna diferente dos seus concorrentes e atraente para os consumidores: vende a sua experiência e o seu saber, vende conhecimento” (Prado, 2009:104).

Bueno et al. (2003:9) afirmam que não há dúvidas de que o conceito de capital intelectual constitui um dos aspetos mais relevantes para explicar quais são os processos criadores de valor para as organizações que fazem parte da atual sociedade do conhecimento, pois representa “o conjunto de ativos intangíveis que geram e que gerarão valor para as organizações no futuro” (Bueno et al., 2003:17).

3.2.2. Componentes do capital intelectual

Bontis (1999:444) refere que o CI é um constructo multidimensional de segunda ordem que é constituído por três componentes:

- Capital humano - o conhecimento tácito incorporado na capacidade intelectual dos empregados;
- Capital estrutural - a rotina organizacional do negócio;
- Capital relacional – o conhecimento incorporado nas relações estabelecidas com a envolvente externa.

Cañibano (citado por Bandeira, 2010:44) divide o CI em capital humano (relacionado com a qualificação/formação, satisfação, rotação e flexibilidade dos colaboradores); capital relacional

(relacionado com a satisfação dos clientes, *marketing* direto e lealdade dos consumidores); e capital estrutural (relacionado com as atividades de investigação e de desenvolvimento).

Em suma, a literatura aponta que o CI abarca três dimensões: o capital humano, o capital estrutural e o capital relacional.

Cada uma destas três componentes do capital intelectual não se encontra isolada das outras, o valor gerado pelo CI reside nas três dimensões, harmonizadas como um todo, isto é, “o valor é criado e alimentado na interação das suas três dimensões. A questão em torno da qual é a mais importante, comporta diferentes respostas, dependendo das variáveis internas e externas que condicionam a vida das organizações” (Cabrita, 2012:65).

3.2.2.1. Capital humano

Bontis (2002:224) considera que o capital humano (CH) é o principal elemento de rendibilidade da economia do conhecimento e a sua essência é a inteligência dos membros da organização. O capital humano “é aquele que é capaz de aprender, mudar, inovar e fornecer o impulso criativo que se devidamente motivado pode assegurar a sobrevivência da organização a longo prazo” (Bontis, 1999:443). Na opinião deste autor, esta componente é importante porque é uma fonte de inovação e de renovação estratégica.

Torres (2009:68) também defende que uma economia baseada no conhecimento tem como suporte o CH, ou seja, “o uso das ideias mais do que das habilidades físicas, as aplicações da tecnologia mais do que na transformação da matéria-prima ou na exploração de mão-de-obra”, de um modo sucinto é o conhecimento e a habilidade das pessoas que suportam o valor adicionado à organização.

Ordóñez de Pablos (2004:134) define o CH “como o *stock* de conhecimento individual de uma organização, representada pelos seus empregados”. Na opinião desta autora, “os empregados contribuem para a geração do capital intelectual, através da sua competência, sua atitude e sua agilidade mental” à medida que vão aprendendo, criam conhecimento que permite constituir uma base de aprendizagem para a organização (Ordóñez de Pablos, 2004:134).

Prado (2009:108) menciona que o capital humano “reside nos membros da organização e permite gerar valor a empresa”.

Segundo Cabrita (2012:66) no capital humano está incluída a educação, as capacidades, competências e experiências dos indivíduos. Para Quinapanta et al. (2012: 61), o capital humano está composto pela criatividade, habilidade, conhecimentos, talento e experiências de todas as pessoas envolvidas numa organização.

Belly²⁰ (2013) defende que a essência do capital humano é o conhecimento dos indivíduos e que o seu crescimento depende do incremento desse conhecimento. Assim, a base de todo o capital humano está nas atitudes das pessoas, isto é, no desejo de obter e de partilhar conhecimentos.

Em suma, pode-se verificar que dentro desta componente se encontram as capacidades, a experiência, o conhecimento, as habilidades, as qualificações, a criatividade, os valores, a motivação e as atitudes dos colaboradores da organização. Assim, para a empresa valorizar o seu capital humano deverá contribuir para a melhoria das competências, da motivação e da capacidade de inovação, bem como da partilha de informações entre os indivíduos que dela fazem parte, porque o investimento no capital humano está relacionado com o êxito futuro das empresas e criação de valor para os acionistas.

3.2.2.2. Capital estrutural

De acordo com Bueno et al. (2003:18), o capital estrutural (CE) “é o conjunto de conhecimentos que, basicamente, são propriedade da organização e que permanece nela apesar das pessoas a abandonarem”.

Prado (2009:109) refere que o capital estrutural “está constituído por tudo aquilo que tem fomentado a organização e que a distingue das outras” e está representado “pelo conhecimento das pessoas que integra tecnologia e processos internos da organização, procedimentos e sistemas de trabalho que desenvolveram”.

Cabrita (2012:67) cita que o capital estrutural “é um ativo estratégico valioso que compreende as infraestruturas, os sistemas de informação, as rotinas e os procedimentos”. A autora compara o capital estrutural ao esqueleto e à cola de uma organização, justificando que “ele fornece as

²⁰ Consultado em <http://www.bellykm.com/library-km/el-capital-humano/el-capital-humano.html>.

ferramentas (filosofia de gestão, processos, cultura) que retêm, armazenam e imobilizam o conhecimento (gerado internamente e captado do exterior)”.

Ordóñez de Pablos (2004:134) explica que o capital estrutural inclui todas as formas de conhecimento não sustentadas no ser humano, como por exemplo, as rotinas da organização, as estratégias, os manuais de processo e base de dados, etc. Segundo a mesma autora, o CE subdivide-se em capital organizacional e capital tecnológico. O primeiro “integra todos os aspetos relacionados com a organização da empresa e o seu processo de tomada de decisões, como a cultura organizativa, os sistemas de planificação e de controlo, as rotinas da organização, etc.” e o segundo compreende “todos aqueles conhecimentos de caráter técnico e industrial, como os resultados da investigação e desenvolvimento e da engenharia de processos” (Ordóñez de Pablos, 2004:134).

Ordóñez de Pablos e Fernández (2005:169) consideram que o CE é de extrema importância para a organização, na medida em que “a organização é capaz de codificar e sistematizar o conhecimento dos seus empregados em base de dados, manuais, cultura ou rotinas, etc.” então, esse conhecimento poderá abranger toda a organização.

De um modo geral, na componente capital estrutural encontram-se os aspetos relacionados com os recursos organizacionais, designadamente os processos de trabalho, as rotinas da organização, a cultura, as tecnologias, a estrutura e o sistema administrativo.

3.2.2.3. Capital relacional

O capital relacional (CR) é “o *stock* de conhecimento ao nível de grupo”, “representa a capacidade da organização para transferir e utilizar conhecimento tanto internamente (troca de conhecimento entre os empregados da empresa e transferência de conhecimento entre os empregados, as estruturas e sistemas organizativos) como externamente (troca e transferência de conhecimentos entre os empregados da empresa e os fornecedores, clientes, acionistas, etc.)” (Ordóñez de Pablos e Fernández, 2005:169).

Ordóñez de Pablos (2004:134) refere que a base do capital relacional é o conhecimento acumulado pelas pessoas da organização no intercâmbio com terceiros, por isso, quanto maior for a duração das relações com os clientes, fornecedores, investidores, etc. maior será o valor deste recurso.

Cabrita (2012:67) afirma que o capital relacional “é o conhecimento embutido nas relações com os clientes, fornecedores ou qualquer outro *stakeholder* que influencie a vida da organização”. Neste sentido Prado (2009:109) menciona que é importante que a organização conheça as circunstâncias que fazem com que exista e com que deixe de existir as relações estabelecidas com os *stakeholders*, principalmente com os clientes, por isso torna necessário que a organização conheça as necessidades dos seus clientes para melhor direcionar as suas estratégias.

Pode-se afirmar que, dentro do capital relacional, se encontram as marcas, a reputação, a lealdade, os clientes, isto é, está incluído um conjunto de aspetos relacionados com a troca de conhecimento através das relações estabelecidas com diferentes *stakeholders*.

3.2.3. Modelos de avaliação e de divulgação do capital intelectual

O reconhecimento, a avaliação e a divulgação do capital intelectual têm constituído um grande desafio para a contabilidade, mas as pesquisas sobre a medição e a evidenciação do mesmo têm produzido uma infinidade de propostas de modelos para melhorar a capacidade de gestão deste crucial elemento. Segundo Arango et al. (2008:108) a procura por um modelo que permita melhorar a gestão de CI não tem sido fácil devido à natureza intangível deste ativo e devido às características particulares de cada negócio, pois cada negócio tem a sua particular combinação de conhecimentos, em função dos objetivos que pretendem alcançar e da situação do mercado onde operam.

Assim, nenhum modelo pode atender a todas as necessidades, mas cada organização deve adotar o modelo que melhor se adequa conforme o propósito e os utilizadores interessados (internos e externos) na informação proporcionada pelo mesmo. Este trabalho não pretende analisar exaustivamente cada modelo, mas apenas fornecer uma visão geral sobre as características dos principais modelos.

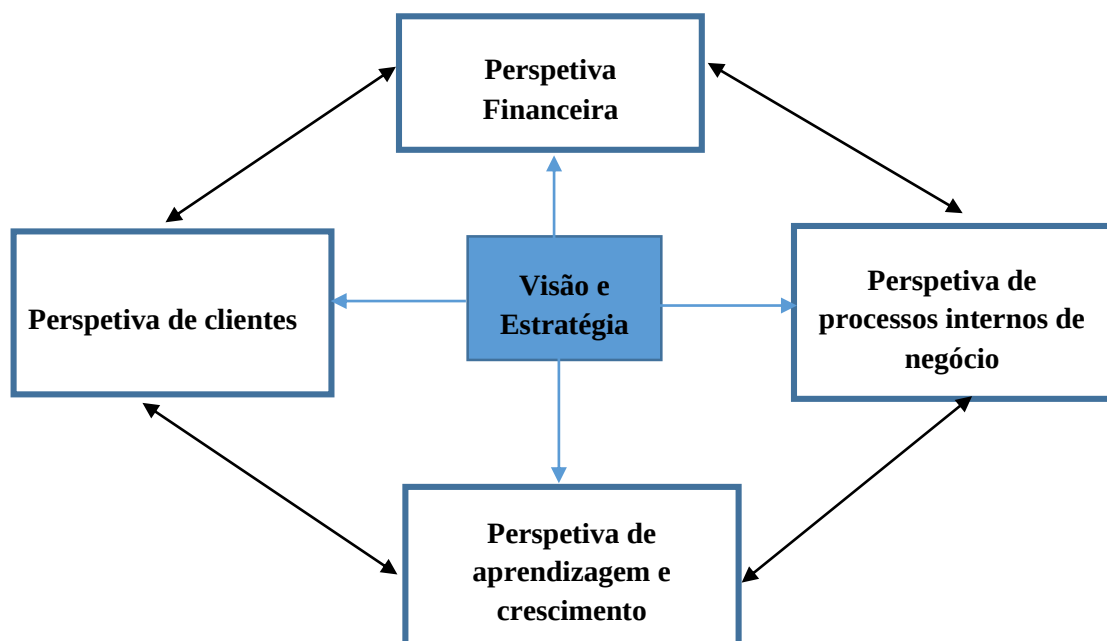
3.2.3.1. *Balanced Scorecard*

O modelo *Balanced Scorecard* foi desenvolvido por Kaplan e Norton (1992:71) com o objetivo de proporcionar um conjunto de medidas de desempenho para ajudar os gestores a terem uma

visão mais abrangente do negócio. Na opinião desses autores, a gestão das organizações num ambiente competitivo passou a ser uma tarefa complexa que requer que os gestores utilizem modelos de gestão que se baseiam em indicadores financeiros e não financeiros para serem capazes de visualizar em simultâneo o desempenho nas diversas áreas da organização e definir corretamente as suas estratégias.

Este modelo é utilizado como instrumento de gestão para avaliar o desempenho das organizações através de quatro perspectivas: (i) perspectiva de cliente; (ii) perspectiva de processos internos de negócio; (iii) perspectiva de aprendizagem e crescimento e (iv) perspectiva financeira.

Figura 6 - Modelo *Balanced Scorecard*: Quatro perspectivas



Fonte: Kaplan e Norton (1996:54)

Na perspectiva de cliente, os gestores identificam os clientes e os segmentos de mercado em que a unidade de negócio irá competir e as medidas de desempenho desta unidade de negócio nesses segmentos. Na perspectiva de processos internos de negócio, os executivos identificam os processos internos críticos, nos quais a organização precisa primar para satisfazer os clientes. Na perspectiva de aprendizagem e crescimento, os executivos identificam a infraestrutura que a organização deve construir para gerar crescimento a longo prazo e melhorias. As medidas de desempenho financeiro (perspetiva financeira) definem os objetivos de longo prazo das unidades de negócio e devem ser complementadas com as medidas de desempenho das outras perspectivas (Kaplan e Norton, 1996:56, 58, 62 e 63).

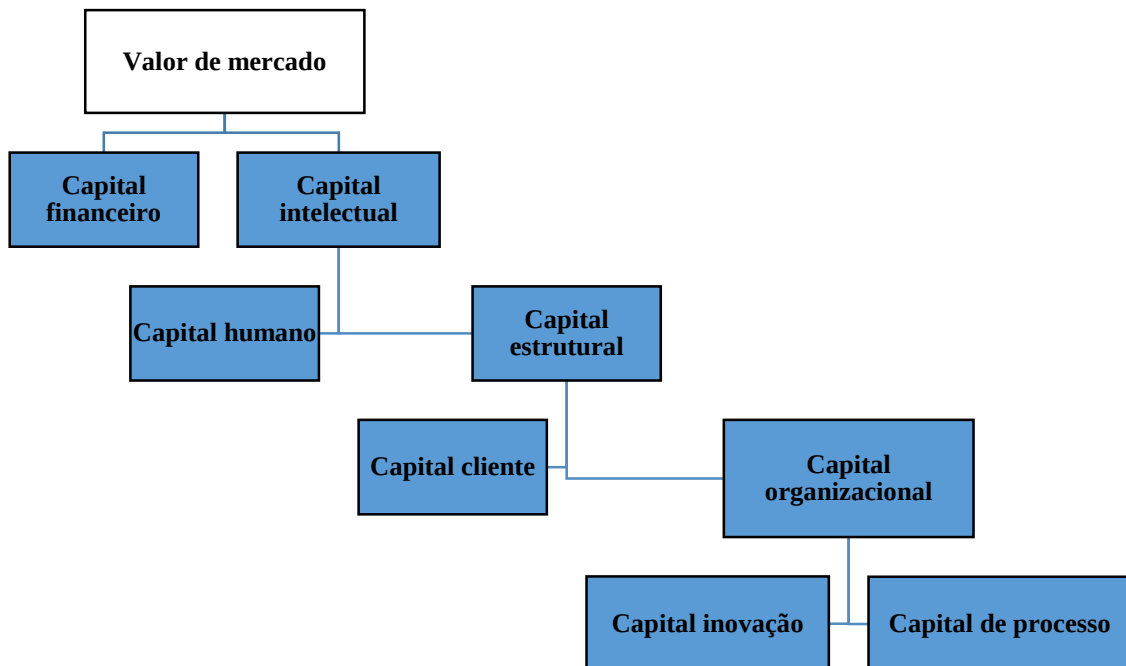
Pode-se verificar que neste modelo estão incluídas medidas financeiras que evidenciam os resultados de ações passadas e medidas não financeiras (satisfação dos clientes, processos internos, inovação e atividades de melhoria da organização) que são indicadores do desempenho financeiro futuro.

Segundo Bandeira (2010:92) o *Balanced Scorecard* “deve ser entendido como uma ferramenta alternativa de medição da performance da empresa” que permite (i) a articulação dos objetivos estratégicos com a missão e visão da empresa; (ii) uma compreensão partilhada em toda a organização das atividades chave para atingir os objetivos; (iii) uma explicação da relação de causalidade com os requisitos financeiros da empresa; (iv) uma linguagem comum que articula e comunica os objetivos estratégicos, planos e alvos em toda a organização. Por isso, “a informação fornecida pelo modelo revela os passos a tomar para que os objetivos estratégicos delineados possam ser alcançados” (Bandeira, 2010:92).

3.2.3.2. Skandia Navigator

O modelo *Skandia Navigator* é considerado uma ferramenta de gestão para medir e divulgar o capital intelectual. Este modelo foi desenvolvido pelo grupo *Skandia* com o objetivo de explicar a diferença encontrada entre o valor contabilístico e o valor de mercado. Assim, no referido modelo, o valor de mercado da empresa é estimado através da combinação de capital financeiro e um conjunto de valores ocultos que representam o capital intelectual.

Figura 7 - Modelo *Skandia Navigator*: Esquema conceitual do valor de mercado

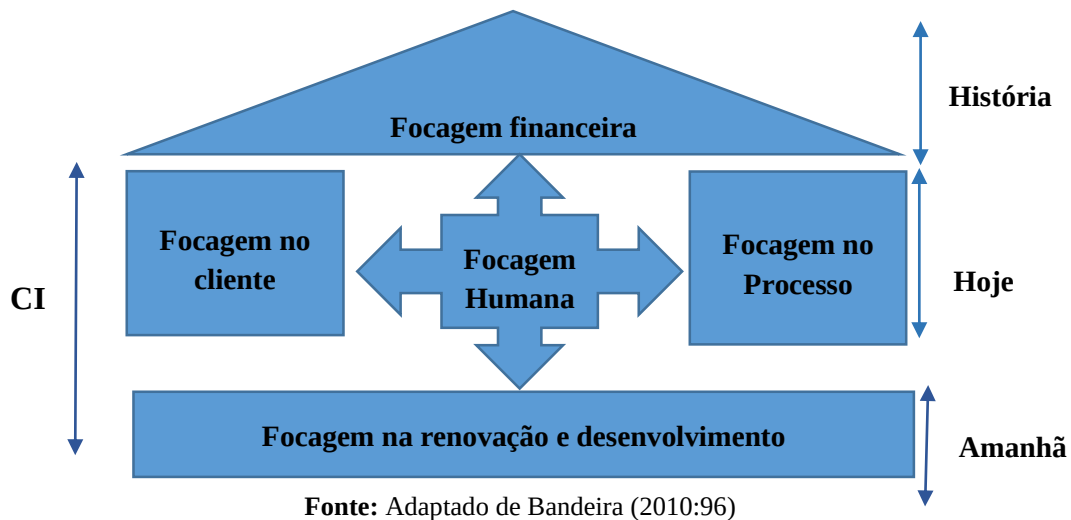


Fonte: Bontis (2001:45)

O modelo divide o CI em capital humano e em capital estrutural. O capital humano compreende a combinação de conhecimentos, habilidades, capacidade de inovação, e também inclui os valores, cultura e filosofia da empresa. Por sua vez, o capital estrutural está constituído pelo *hardware*, *software*, bases de dados, patentes, estrutura organizacional e toda a capacidade organizacional que suporta a produtividade dos empregados (Bontis, 2001:45). O capital estrutural está dividido em capital cliente que abrange as relações com os clientes e outros parceiros da empresa e em capital organizacional. Este último compreende capital inovação – considera a capacidade de inovação dos produtos e serviços, processos de produção, etc. e capital de processo – relacionado com os procedimentos de trabalho internos da empresa.

O modelo *Skandia Navigator* apresenta cinco áreas de focagem, em que cada uma constitui uma proposta para medir o CI através dos indicadores de desempenho estabelecidos para cada área: (i) financeira; (ii) clientes; (iii) processo; (iv) renovação e desenvolvimento e (v) humana.

Figura 8 - Modelo Skandia Navigator



Fonte: Adaptado de Bandeira (2010:96)

Os autores deste modelo recorreram à “metáfora da casa” para explicar a interligação entre as suas componentes. O foco financeiro está representado pelo telhado da casa – é orientado para o passado uma vez que considera os resultados financeiros da empresa (relatórios e contas anuais) e todos os esforços para criar valor monetário. O foco no cliente e no processo estão representados pelas paredes da casa e são orientados para o presente – os clientes devem ser considerados como parte integrante da empresa que fornecem valor acrescentado para a mesma e no foco do processo são considerados os fatores tecnológicos que a empresa deve apoiar para a criação de valor, derivados principalmente do capital humano (sistemas de tecnologia de informação, procedimentos de trabalho, etc.). O foco na renovação e desenvolvimento está representado pela base da casa e é orientado para o futuro - considera que a inovação e o desenvolvimento podem conduzir à identificação de atividades que resultam na criação de novas oportunidades para o crescimento da empresa. No centro da casa encontra-se o foco humano, isso é, o capital humano (conhecimento, competências, habilidades, atitudes, etc.) que representa o coração da organização e por isso tem ligação a todas as outras componentes da casa.

3.2.3.3. *Intangible Asset Monitor*

O modelo *Intangible Asset Monitor* foi proposto por Karl Eric Sveiby com o objetivo de ultrapassar as dificuldades de mensuração dos ativos intangíveis. Este modelo revela-se uma ferramenta de gestão para medir o desempenho do capital intelectual através de um conjunto de indicadores.

Sveiby propôs a divisão dos ativos intangíveis em três famílias: (i) estrutura externa (marcas, relações com clientes e fornecedores, etc.); (ii) estrutura interna (a organização: processos de gestão, estrutura legal, *softwares*, assim como todas as pessoas que se encarregam de manter essa estrutura.) e (iii) competência individual (conhecimentos, experiências, etc.) (Bontis, 2001:51).

Para cada família, o autor propõe três grupos de indicadores e recomenda que a seleção dos mesmos se baseiem na estratégia da empresa: (i) indicadores de crescimento e renovação – refletem o potencial futuro da empresa; (ii) indicadores de eficiência – refletem a produtividade do CI e (iii) indicadores de estabilidade – avaliam o grau de permanência do CI na empresa. Sveiby afirma que os gestores devem selecionar um ou dois indicadores para cada família para permitir obter uma percepção ampla da avaliação de desempenho e não tornar a avaliação exaustiva (Bontis, 2001:52).

Tabela 6 - Matriz dos indicadores dos ativos intangíveis

	Competência individual	Estrutura Interna	Estrutura Externa
Indicadores de crescimento e renovação	- Anos de profissão; - Nível de educação; - Custos de formação e educação; - Rotatividade dos profissionais; - Volume de negócios.	- Investimentos na estrutura interna; - Investimentos nos sistemas de processamento de informação; - Contributo dos clientes para a estrutura interna.	- Rentabilidade por cliente; - Crescimento orgânico.
Indicadores de eficiência	- Proporção de profissionais na empresa; - Valor acrescido por profissional; - Efeito de alavanca dos profissionais.	- Proporção do pessoal de apoio; - Vendas por pessoal de apoio; - Valores e atitudes da empresa.	- Índice de satisfação dos clientes; - Índice de ganhos/perdas; - Vendas por cliente.
Indicadores de estabilidade	- Idade média; - Antiguidade; - Relação média de vencimentos; - Taxa de rotatividade.	- Idade da organização; - Rotatividade do pessoal de apoio; - Rácio dos estagiários.	- Proporção de grandes clientes; - Idade da estrutura; - Rácio de fidelização de clientes; - Frequência de encomendas.

Fonte: Bontis (2001:53)

3.2.3.4. *Technology Broker*

O modelo *Technology Broker* foi desenvolvido por Annie Brooking com o objetivo de fornecer uma contribuição prática para a mensuração do CI. Este modelo divide o CI em quatro componentes: (i) ativos de mercado; (ii) ativos humanos; (iii) ativos de propriedade intelectual e (iv) ativos de infraestrutura.

Os ativos de mercado são representados pelos intangíveis relacionados com o mercado: marca, fidelização de clientes, canais de distribuição, negócios recorrentes, negócios em curso, etc. Os ativos humanos englobam os benefícios provenientes das habilidades, competências, experiências, conhecimentos técnicos, capacidade de inovação, motivação dos funcionários da empresa. Os ativos de propriedade intelectual estão relacionados com os mecanismos de proteção legal dos ativos da empresa, tais como: direitos autorais, segredos comerciais, patentes, marcas, etc. Os ativos de infraestrutura estão relacionados com as tecnologias, metodologias e processos que permitem o funcionamento da organização: metodologia de avaliação de riscos, cultura da organização, sistemas de comunicação e de informação, métodos de gestão, banco de dados de clientes, etc.

Este modelo propõe a realização de uma auditoria ao CI da empresa, baseada numa lista de 20 perguntas de caráter qualitativo com o objetivo de efetuar a valorização monetária desse ativo. Uma vez realizada a auditoria, Brooking apresenta três métodos para calcular o valor monetário do CI identificado (Bontis, 2001:51):

- Abordagem do custo: que é baseada na estimativa do custo de substituição do ativo;
- Abordagem de mercado: que utiliza dados do mercado para estimar o valor;
- Abordagem de rendimento: que estima a capacidade de produção de rendimento do ativo.

3.2.3.5. Modelo *Intellect*

O modelo *Intellect* é o resultado de um projeto sobre a mensuração do CI levado a cabo pelo Instituto Universitário Euroforum Escorial sob a direção do professor Eduardo Bueno.

De acordo com Bueno et al. (2003:17), o referido modelo “por um lado, trata de inventariar todos os elementos intangíveis que uma organização possui e por outro lado, trata de emitir um juízo sobre a sua capacidade de agregar valor”.

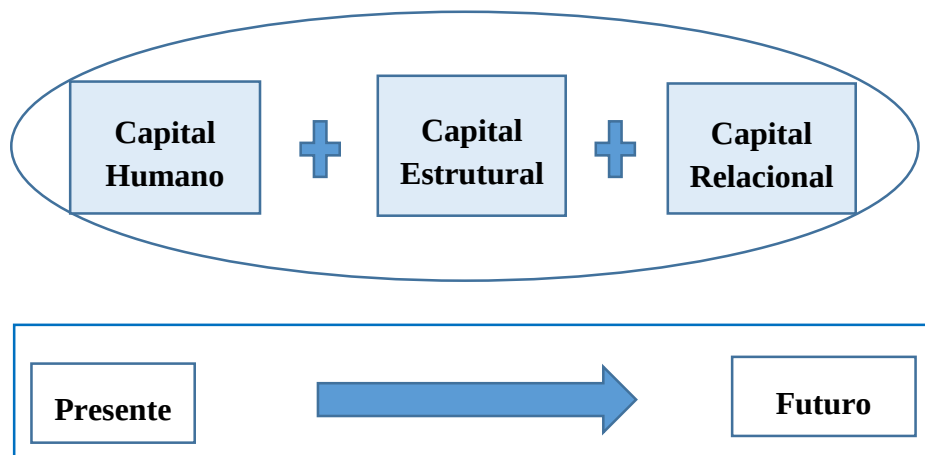
O modelo está composto por blocos ou componentes, elementos e indicadores. Nos componentes do modelo – capital humano, capital estrutural e capital relacional - são agrupados os ativos intangíveis de acordo com a sua natureza e cada um dos componentes “devem ser medidos e geridos com uma dimensão temporal que integra o futuro com o presente, como

perspetiva dinâmica e evolutiva do conceito” (Bueno et al., 2003:17). Os elementos são representados por cada um dos AI que estão integrados nos blocos e os indicadores correspondem à forma de medir ou de avaliar os elementos.

O modelo *Intelect* incorpora as seguintes dimensões (Arango et al., 2008:118):

- Presente/Futuro: os ativos intangíveis são mensurados no presente e efetua-se uma previsão do futuro da empresa com base nos esforços realizados para o desenvolvimento desses ativos;
- Interno/Externo: são considerados tanto os ativos intangíveis desenvolvidos internamente pela empresa como os intangíveis que resultam da relação com a envolvente externa;
- Fluxo/Stock: devido ao carácter dinâmico do modelo, além do *stock* de capital intelectual, também são considerados os processos de conversão entre os diferentes blocos;
- Explícito/Tácito: são considerados tanto os conhecimentos facilmente transmissíveis (explícitos) como os mais subjetivos e difíceis de partilhar (tácitos).

Figura 9 - Modelo *Intelect* de capital intelectual



Fonte: Bueno et al. (2003:18)

O capital humano refere-se ao conhecimento (explícito ou tácito) útil que os colaboradores da empresa possuem, assim como as suas capacidades para aprender e partilhar conhecimentos.

Tabela 7 - Elementos do capital humano no modelo *Intelect* (Euroforum 1998)

Presente	Futuro
Satisfação dos colaboradores	Melhoria das competências
Tipos de colaboradores	Capacidade de inovação das pessoas e das equipas
Competência dos colaboradores	
Liderança	
Trabalho em equipa	
Estabilidade: Risco de perda	

Fonte: Arango et al. (2008:119)

O capital estrutural está relacionado com o conjunto de conhecimentos que são propriedade da organização, isto é, engloba todo o conhecimento que pode ser sistematizado, codificado, internalizado pela organização através de rotinas e procedimentos.

Tabela 8 - Elementos do capital estrutural no modelo *Intelect* (Euroforum 1998)

Presente	Futuro
Cultura da organização	Processos de inovação
Filosofia de negócio	
Processos de reflexão estratégica	
Estrutura da organização	
Tecnologia de processo e de produto	
Processos de apoio	
Mecanismos de transmissão e de comunicação	
Tecnologia de informação	

Fonte: Arango et.al (2008:119)

O capital relacional está ligado ao conjunto de relações externas (clientes, fornecedores, investidores, etc.) da organização que geram valor para a mesma.

Tabela 9 - Elementos do capital relacional no modelo *Intelect* (Euroforum 1998)

Presente	Futuro
Bases de dados dos clientes relevantes Lealdade dos clientes Intensidade das relações com clientes Satisfação dos clientes Processos e serviços de apoio ao cliente Proximidade do mercado Reconhecimento da marca Reputação/ nome da empresa Alianças estratégicas Interação com os fornecedores Interação com os outros agentes	Capacidade de melhoria/ renovação da base de dados dos clientes

Fonte: Arango et.al (2008:121)

4. ESTUDO DE CASO

4.1. Apresentação do estudo e método de recolha de dados

A crescente importância do capital intelectual na criação de valor para as empresas e a necessidade de perceber quais são as suas componentes que mais contribuem para a melhoria do desempenho organizacional estão na origem da elaboração de um grande número de estudos de cariz académico sobre esta temática.

Como metodologia de investigação, adotou-se o estudo de caso. Segundo Yin (2009:4), as pesquisas realizadas através do estudo de caso contribuem para o nosso conhecimento individual, organizacional, social, político, etc., e podem ser aplicadas em diversas áreas, psicologia, sociologia, ciências políticas, negócios, educação, economia, etc. O mesmo autor refere que esta metodologia é a estratégia mais adequada quando (a) se pretende conhecer o “como?” e o “porquê?”; (b) o investigador detém escasso controlo dos acontecimentos reais; e, (c) o foco de investigação está direcionado para um fenómeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real (Yin, 2009:2).

Este estudo tem como objetivo averiguar a importância e a situação dos indicadores de capital intelectual presentes no BISTP, com base numa avaliação efetuada pelos gerentes das agências. Pretende-se identificar os pontos fortes e fracos de cada componente do capital intelectual através de uma análise descritiva dos seus indicadores com base na estrutura do modelo *Intelect*. Como já foi referido, o modelo *Intelect* é um modelo de mensuração e de divulgação do CI, no qual se utiliza um conjunto de indicadores para proporcionar informação útil. Segundo o referido modelo, os indicadores devem ser selecionados em consonância com os elementos existentes em cada componente do CI: capital humano, capital estrutural e capital relacional.

Assim sendo, para a recolha dos dados foi utilizado um questionário (ver anexo 2), dirigido aos gerentes de todas as agências do BISTP (12 agências), através de correio eletrónico. O questionário foi elaborado baseando-se no estudo de Mesquita e Lima (2009), com ligeiras adaptações à realidade em causa.

Quanto à estrutura do questionário, este está organizado em três partes, em que a primeira parte procura obter respostas sobre o capital humano estando constituída por 15 indicadores, a segunda parte diz respeito ao capital estrutural que procura obter resposta para 10 indicadores e por último a terceira parte destina-se ao capital relacional e apresenta 11 indicadores. Os indicadores foram selecionados de forma a corresponder às características da organização objeto

de estudo e foi pedido aos gerentes das agências que avaliassem cada um dos indicadores numa escala de 0 (Mau) a 5 (Excelente) de forma a corresponder mais fielmente à situação da empresa.

4.2. Apresentação e análise dos resultados

Expõem-se de seguida, em tabelas resumo, os resultados da avaliação dos gerentes das 12 agências do BISTP, para cada indicador selecionado para o estudo. O grupo dos respondentes está composto por oito mulheres e 4 homens, tendo todos respondido ao questionário e a todas as questões integrantes.

Com base nas respostas obtidas, foi calculada a média de cada indicador, a fim de identificar a situação dos indicadores selecionados. Para uma melhor compreensão da análise das tabelas foram efetuadas representações gráficas dos resultados, para as quais se utilizou o gráfico radar.

4.2.1. Capital humano

Tabela 10 - Resultado da avaliação dos indicadores de capital humano

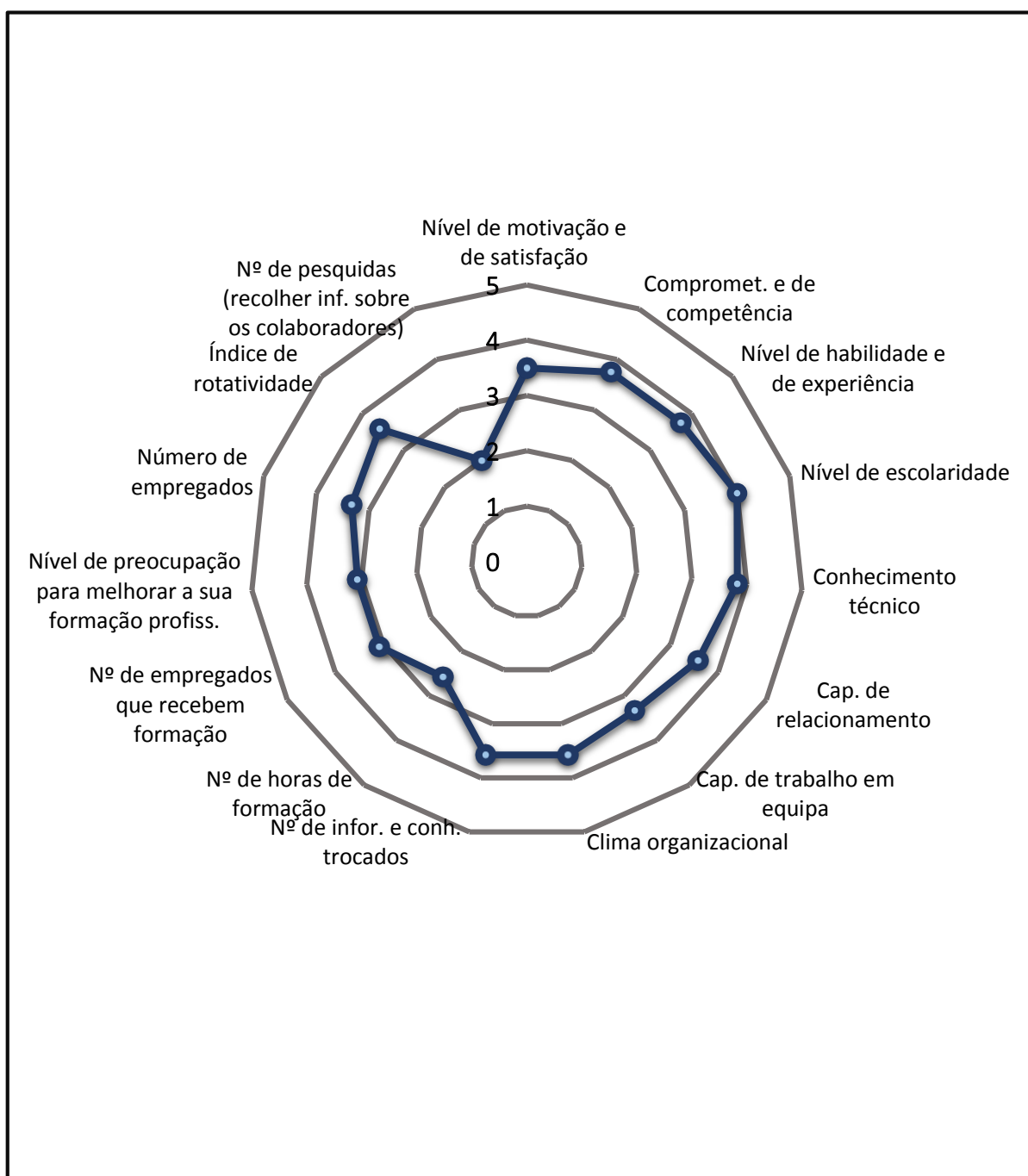
Nº	Indicadores de capital humano	Resultado da avaliação do(a)s gerentes das agências												Média
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	Nível de motivação e de satisfação dos empregados.	3	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3,50
2	Grau de comprometimento e de competência dos empregados na realização das suas atividades.	4	3	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	3,75
3	Nível de habilidade e de experiência dos empregados.	4	4	4	4	4	4	2	4	4	4	4	3	3,75
4	Nível de escolaridade dos empregados.	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4,00

Tabela 10 - Resultado da avaliação dos indicadores de capital humano (continuação)

5	Conhecimento técnico dos empregados.	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	3	3,83
6	Capacidade de relacionamento dos empregados.	3	3	3	4	4	4	4	4	3	4	4	3	3,58
7	Capacidade de trabalho em equipa.	4	3	3	3	3	4	4	3	3	3	3	4	3,33
8	Clima organizacional em geral.	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	3	3,58
9	Número de informações e de conhecimentos trocados entre os empregados.	4	3	3	4	4	4	3	4	3	4	4	3	3,58
10	Número de horas de formação oferecidas aos empregados.	3	1	3	3	3	2	2	3	3	3	3	2	2,58
11	Número de empregados que recebem formação.	4	1	3	3	3	4	4	3	3	3	3	3	3,08
12	Nível de preocupação dos empregados para melhorar a sua formação profissional.	4	3	2	3	3	4	3	3	3	3	3	3	3,08
13	Número de empregados.	5	5	2	2	2	4	3	3	3	3	3	5	3,33
14	Índice de rotatividade dos empregados. (<i>turnover</i>)	4	4	3	3	3	5	4	3	4	3	3	4	3,58
15	Número de pesquisas direcionadas aos clientes com o objetivo de recolher informações sobre os colaboradores.	2	3	2	1	1	3	3	1	2	2	1	3	2,00

Fonte: elaboração própria

Figura 10 - Resultado da avaliação dos indicadores de capital humano



Fonte: elaboração própria

No âmbito dos indicadores de capital humano, pode-se verificar que o indicador que obteve a melhor avaliação, com uma média igual a 4 valores, é o nível de escolaridade dos empregados, o que indica que a formação constitui um fator fundamental no processo de recrutamento da empresa para o bom desempenho dos colaboradores e consequentemente para o bom desempenho da empresa.

Em seguida, com médias entre 3 e 4 valores, encontram-se os seguintes indicadores: o conhecimento técnico dos empregados, o grau de comprometimento e de competência dos empregados na elaboração das suas atividades, o nível de habilidades e de experiência dos empregados, a capacidade de relacionamento dos empregados, o clima organizacional em geral, o número de informações e de conhecimentos trocados entre os empregados, o índice de rotatividade dos empregados, o nível de motivação e de satisfação dos empregados, capacidade de trabalho em equipa, o número de empregados, o número de empregados que recebem formação e o nível de preocupação dos empregados para melhorar a sua formação profissional.

Estes indicadores apresentam um desempenho considerado muito satisfatório o que permite verificar a eficiência da política de recrutamento, pois a empresa consegue contratar trabalhadores habilidosos e competentes bem como consegue aproveitar a sua competência e experiência, indicando também que os empregados que desenvolvem as suas atividades laborais nas agências possuem uma formação adequada para a realização das mesmas. Pode-se verificar também que os trabalhadores estão satisfeitos com a empresa, que existe uma boa relação interpessoal, que existe um ambiente de conforto na empresa, que os empregados partilham informação e conhecimento e que a empresa tem capacidade para manter os seus colaboradores o que permite reduzir o custo com formação para a preparação de novos funcionários.

Os resultados também demonstram que o número total dos funcionários das agências está adequado e que, quando trabalham em equipa, podem gerar resultados produtivos para organização. Há que sublinhar que estas conclusões são sempre na perspetiva dos gerentes, não se tendo considerado a perspetiva dos funcionários.

O número de pesquisas direcionadas aos clientes com o objetivo de recolher informações sobre os colaboradores e o número de horas de formação oferecidas aos empregados, com médias inferiores a 3 valores, são os indicadores com médias baixas. Estes indicadores podem ser melhorados, uma vez que as pesquisas ajudariam na identificação dos pontos fortes e dos pontos fracos dos funcionários, o que contribuiria para adequar o conteúdo e o tempo das formações, consequentemente melhorar a qualidade do atendimento aos clientes bem como a execução das atividades diárias da empresa.

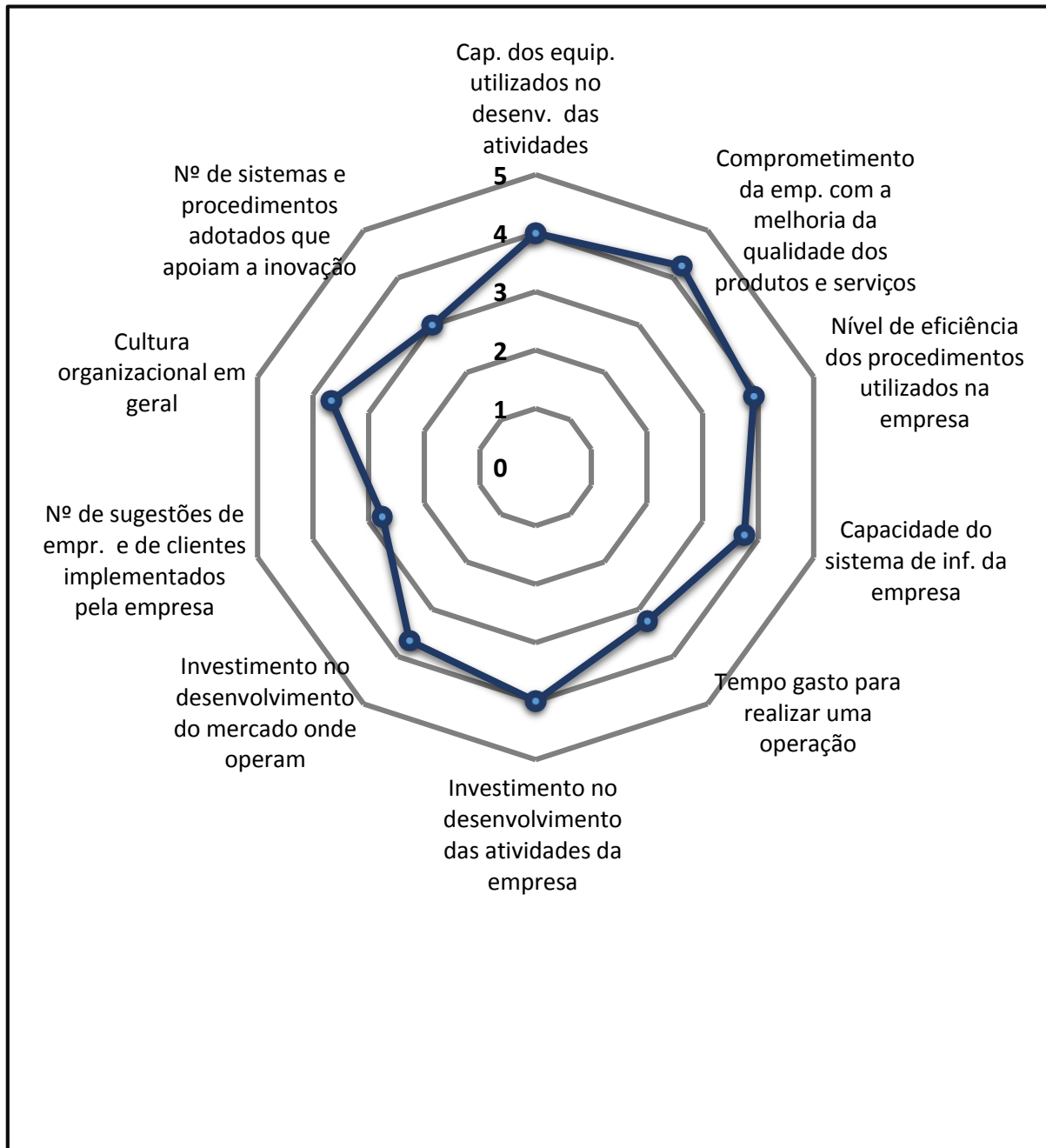
4.2.2. Capital estrutural

Tabela 11 - Resultado da avaliação dos indicadores de capital estrutural

Nº	Indicadores de capital estrutural	Avaliação dos gerentes das agências												Média
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	Capacidades dos equipamentos utilizados no desenvolvimento das atividades.	4	4	3	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4,00
2	Comprometimento da empresa com a melhoria da qualidade dos produtos e serviços.	5	5	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4,25
3	Nível de eficiência dos procedimentos utilizados na empresa.	3	5	3	4	4	3	5	4	4	4	4	4	3,92
4	Capacidade do sistema de informação da empresa (rapidez no acesso à informação relevante).	5	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3,75
5	Tempo gasto para realização de uma operação. (Na vossa empresa há excesso de burocracia?)	2	2	3	3	3	5	5	3	3	3	3	4	3,25
6	Investimento no desenvolvimento das atividades da empresa.	4	3	3	4	4	4	5	4	4	4	4	5	4,00
7	Investimento no desenvolvimento do mercado onde operam.	3	5	3	3	3	5	4	3	4	3	3	5	3,67
8	Número de sugestões de empregados e de clientes implementadas pela empresa.	2	4	3	2	2	4	3	2	3	2	2	4	2,75
9	Cultura organizacional em geral.	4	4	3	3	4	3	4	3	4	4	4	4	3,67
10	Nº de sistemas e procedimentos adotados que apoiam a inovação.	4	4	3	2	2	4	4	2	2	3	2	4	3,00

Fonte: elaboração própria

Figura 11 - Resultado da avaliação dos indicadores de capital estrutural



Fonte: elaboração própria

Pode-se verificar através do gráfico que os indicadores de capital estrutural com melhor avaliação são: o comprometimento da empresa com a melhoria da qualidade dos produtos e serviços, a capacidade dos equipamentos utilizados no desenvolvimento das atividades e o investimento no desenvolvimento das atividades da empresa, com médias iguais ou superiores a 4 valores. Esses valores mostram que empresa procura satisfazer as necessidades dos seus clientes através da melhoria da qualidade dos seus produtos, serviços e das suas atividades

diárias e mostram também que a empresa apresenta equipamentos adequados para prestar serviços aos seus clientes.

A seguir, surge o nível de eficiência dos procedimentos utilizados na empresa, a capacidade do sistema de informação da empresa, o investimento no desenvolvimento do mercado onde operam e a cultura organizacional em geral com médias entre 4 e 3,50 valores. Os resultados obtidos para estes indicadores permitem aferir que os procedimentos utilizados pela empresa são eficientes, os sistemas de informação da empresa facilitam o acesso à informação, a cultura organizacional contribui para o bom desempenho da empresa e existe preocupação com o desenvolvimento do mercado onde operam.

Os indicadores com avaliação mais baixa são: o número de sugestões de empregados e de clientes implementados pela empresa, o número de sistemas e procedimentos adotados que apoiam a inovação e o tempo despendido na realização de uma operação, com médias inferiores a 3,5 valores. Estes indicadores apresentam uma avaliação satisfatória apesar de serem as mais baixas dessa componente, mas estes valores podem ser melhorados, uma vez que o bom desempenho dos mesmos podem refletir-se na satisfação dos colaboradores e dos clientes, na abertura à inovação e na obtenção de vantagens competitivas.

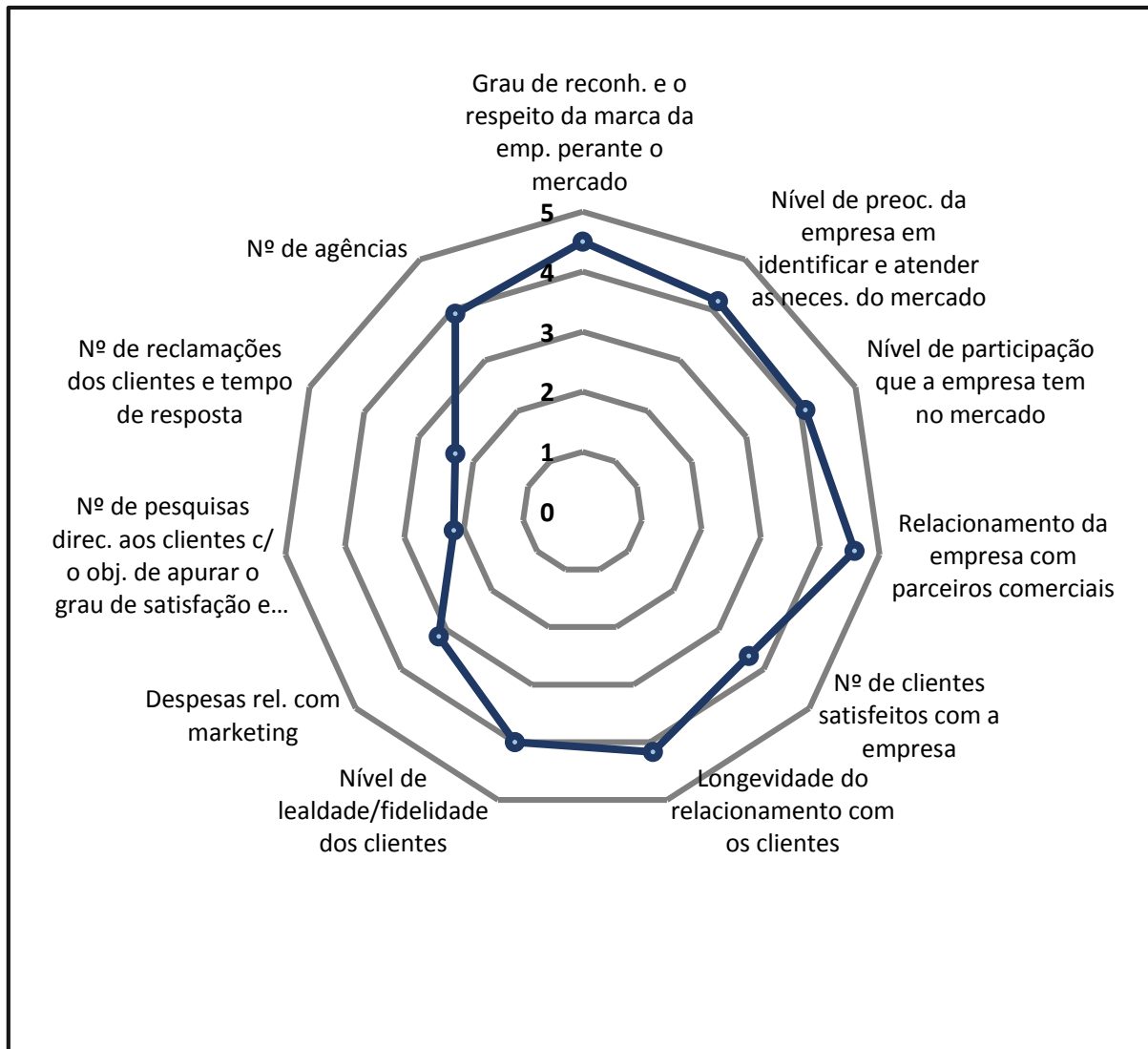
4.2.3. Capital relacional

Tabela 12 - Resultado da avaliação dos indicadores de capital relacional

Nº	Indicadores de capital relacional	Avaliação dos gerentes das agências												Média
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	
1	Grau de reconhecimento e o respeito da marca da empresa perante o mercado.	5	4	4	4	4	5	5	5	4	5	5	4	4,50
2	Nível de preocupações da empresa em identificar e atender as necessidades do mercado.	4	3	4	4	4	5	5	4	4	4	4	5	4,17
3	Nível de participação que a empresa tem no mercado.	4	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4,08
4	Relacionamento da empresa com parceiros comerciais.	5	4	3	5	5	5	4	5	5	5	5	4	4,58
5	Número de clientes satisfeitos com a empresa.	4	3	3	4	4	3	4	4	3	4	4	4	3,67
6	Longevidade do relacionamento com os clientes.	5	4	4	4	4	5	4	4	4	4	4	4	4,17
7	Nível de lealdade/fidelidade dos clientes.	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	4	4,00
8	Despesas relacionadas com <i>marketing</i> .	3	1	3	3	3	5	4	3	4	3	3	3	3,17
9	Número de pesquisas direcionadas aos clientes com o objetivo de apurar o grau de satisfação dos mesmos e as suas sugestões.	2	1	2	2	2	3	3	2	2	2	2	3	2,17
10	Número de reclamações dos clientes e tempo de resposta.	3	3	2	2	2	3	2	2	2	2	2	3	2,33
11	Número de agências.	5	5	4	3	2	5	4	3	5	3	3	5	3,92

Fonte: elaboração própria

Figura 12 - Resultado da avaliação dos indicadores de capital relacional



Fonte: elaboração própria

De acordo com o gráfico, pode-se observar que o relacionamento da empresa com os seus parceiros comerciais, o grau de reconhecimento e respeito da marca da empresa perante o mercado, o nível de preocupação da empresa em identificar e atender às necessidades do mercado, a longevidade do relacionamento com os clientes, o nível de participação que a empresa tem no mercado e o nível de lealdade/fidelidade dos clientes, com médias iguais ou superiores a 4 valores, permitem aferir que existe um bom relacionamento entre a empresa e os parceiros comerciais o que contribui para trocarem informações relevantes para o bom desempenho da empresa e mostram que as atividades desenvolvidas pela empresa são notórias

e que a mesma não possui grandes dificuldades na manutenção de um bom relacionamento com os seus clientes.

É possível verificar que o número de agências está adequado para atender às necessidades dos clientes e que os clientes da empresa, na ótica dos gerentes, se encontram satisfeitos com a mesma, pois estes indicadores obtiveram médias entre 3 e 4 valores. Sendo os clientes a alma do negócio, a sua satisfação é de extrema importância e por isso a empresa deverá continuar a evidenciar esforços para melhorar este indicador, por outra parte, neste âmbito, seria de enorme relevância confrontar este resultado com a opinião dos clientes para verificar se existe alinhamento nas opiniões. O indicador “despesas relacionadas com *marketing*” obteve uma avaliação satisfatória com uma média entre 3 e 4 valores, o que parece evidenciar alguma necessidade de um maior investimento em *marketing* por parte da empresa.

O número de pesquisas direcionadas aos clientes com o objetivo de apurar o grau de satisfação e as suas sugestões e o número de reclamação dos clientes e tempo de resposta, com médias entre 2 e 3 valores são os indicadores com a avaliação mais baixa. Estes indicadores mostram que a empresa tem de procurar realizar mais pesquisas para avaliar a satisfação dos seus clientes, isto é auscultar de forma mais intensiva as sugestões dos mesmos, o que poderá contribuir para reduzir o número de reclamações e o respetivo tempo de resposta e, em especial, o seu grau de satisfação e de fidelização à empresa.

4.2.4. Discussão dos resultados

Para atingir o objetivo proposto começou-se por analisar os indicadores selecionados para cada componente do capital intelectual. A tabela 13 sintetiza a valorização média atribuída a cada componente do capital intelectual.

Tabela 13 - Média geral das componentes do capital intelectual

Componentes do capital intelectual	Média geral
Capital humano	3,37
Capital estrutural	3,63
Capital relacional	3,70

Fonte: elaboração própria

De acordo com a tabela anterior, pode-se verificar que o capital relacional obteve a melhor média, 3,70 valores, seguido do capital estrutural, com uma média de 3,63, e do capital humano, com 3,37 valores.

O capital humano é importante e valorizado na empresa, pois os gerentes consideram que o nível de escolaridade e de conhecimento técnico dos empregados é bastante satisfatório, que os trabalhadores possuem as habilidades adequadas, são experientes e competentes, que aprendem uns com os outros, que as relações internas e o clima organizacional é adequado para o desempenho das atividades, que o número de trabalhadores está adequado e os mesmos estão satisfeitos com a empresa. Os indicadores que obtiveram as menores médias de avaliação são o número de pesquisas direcionadas aos clientes com o objetivo de recolher informações sobre os trabalhadores e o número de horas de formação oferecidas aos empregados.

Em relação ao capital estrutural, o mesmo também é importante e valorizado na empresa, pois é possível constatar que existe uma preocupação em atender às exigências do mercado e às necessidades dos clientes através da melhoria da qualidade dos produtos e dos serviços oferecidos, de investimento nas atividades diárias e no mercado onde operam, que os equipamentos utilizados têm uma capacidade adequada e o sistema de informação facilita o acesso à informação relevante e que a empresa tem uma cultura que contribui para o seu bom desempenho. O número de sugestões de empregados e de clientes implementado pela empresa é o indicador que obteve a menor média.

O capital relacional é valorizado na empresa, pois pode-se verificar que a empresa se preocupa com a satisfação dos seus clientes e com a sua relação com os seus parceiros comerciais, mantém relações de longevidade com os seus clientes, os clientes se encontram satisfeitos com a empresa e a mesma procura identificar e atender às necessidades do mercado, pelo que se pode considerar que são aspetos que contribuem para o reconhecimento e respeito da marca da empresa perante o mercado. Os indicadores que obtiveram a avaliação mais baixa são: o número de pesquisas direcionadas aos clientes com o objetivo de apurar o grau de satisfação e as suas sugestões e o número de reclamação dos clientes e tempo de resposta.

Depois da análise efetuada sobre os indicadores de capital intelectual e tendo por base o objetivo de averiguar a importância e a situação do mesmo no BISTP, pode-se constatar que as componentes do capital intelectual, em geral, obtiveram um resultado satisfatório na avaliação efetuada pelos gerentes das agências e que a interação das três componentes do capital intelectual (capital humano, capital estrutural e capital relacional) são importantes para o bom

desempenho das atividades da empresa. Com esta avaliação pode-se identificar os pontos fracos e fortes, ao nível da gestão do capital intelectual, e definir os elementos prioritários (os que obtiveram as menores médias) a serem melhorados para proporcionar um melhor desempenho da empresa.

A avaliação do capital intelectual permite elaborar um relatório sobre o mesmo, o que constitui mais uma ferramenta de gestão. É importante realçar que a seleção dos indicadores é de extrema importância para a obtenção de resultados relevantes, por isso os mesmos devem ser seleccionados de acordo com os objetivos e estratégias definidas pela empresa para auxiliarem no processo de tomada de decisão.

5. CONCLUSÃO

O estágio realizado no BISTP revelou-se muito gratificante uma vez que permitiu consolidar e desenvolver os conhecimentos académicos, adquirir competências no setor bancário e melhorar as competências interpessoais e de relacionamento, com o auxílio de todos os colaboradores.

O crescente interesse das empresas e dos investigadores em avaliar os ativos intangíveis das organizações e principalmente os ativos que advêm do conhecimento, das habilidades, das atitudes e dos valores de todas as pessoas relacionadas com a empresa demonstra a importância desta temática no contexto empresarial atual. Neste âmbito, o contacto com o mundo do trabalho permitiu verificar que efetivamente os ativos intangíveis disponíveis na empresa são fundamentais para a realização das suas atividades, isto é, a realidade empresarial atual valoriza os intangíveis, sendo o capital intelectual um dos elementos que pode sustentar as vantagens competitivas. No setor bancário, esse elemento assume-se de crucial importância. Por isso, considerou-se pertinente efetuar uma pesquisa sobre essa (nova) realidade empresarial, que são os intangíveis e o capital intelectual, para o caso da entidade acolhedora.

Na revisão da literatura, em primeiro lugar analisaram-se várias definições, características e regulamentação contabilística sobre os ativos intangíveis para permitir compreender melhor esta temática. Pode-se concluir que a crescente importância dos intangíveis é inegável para as organizações e a sua avaliação é importante na medida em que contribui significativamente para a gestão das empresas e para proporcionar maior transparência aos seus *stakeholders*.

Também se pode concluir que se tem vindo a registar progressos na sua contabilização que permitem aos utilizadores da informação contabilística compreenderem melhor a informação divulgada, mas a mesma continua a não ser suficiente devido às limitações que a contabilidade vem enfrentando no cumprimento do seu objetivo de fornecer informações úteis, relevantes e integradas acerca dos intangíveis.

Na segunda parte da revisão da literatura analisaram-se vários trabalhos no âmbito do capital intelectual, abordando conceitos e modelos, permitindo concluir que existe um vasto leque de definições de capital intelectual e uma diversidade terminológica. Porém, existe um consenso generalizado relativamente às componentes do capital intelectual.

Após a revisão da literatura apresentou-se um estudo de caso com o objetivo de averiguar a importância e a situação dos indicadores de capital intelectual presentes no BISTP. Para o efeito

utilizou-se um questionário constituído por 36 indicadores, sendo estes seleccionados com base no modelo *Intellect* e, como tal, foram organizados em três categorias (capital humano, capital estrutural e capital relacional). O questionário foi dirigido aos gerentes de todas as agências do BISTP.

Os resultados obtidos com o estudo desenvolvido permitem constatar que as componentes do capital intelectual, em geral, são valorizadas pelos gerentes das agências, o que indica que o capital intelectual é relevante para a empresa. Esta avaliação permitiu identificar os pontos fortes e fracos relativos à gestão do capital intelectual do BISTP, o que poderá contribuir para que esta empresa melhore o desempenho dos indicadores com classificações médias mais baixas.

Torna-se necessário realçar que a seleção dos indicadores é de extrema importância para a obtenção de resultados relevantes, por isso os mesmos devem ser seleccionados de acordo com os objetivos e estratégias definidas pela empresa para auxiliarem no processo de tomada de decisão. Assim, para as futuras avaliações do capital intelectual o BISTP poderá acrescentar, substituir ou manter os indicadores tendo em conta a relevância da informação que podem proporcionar e também obter a perspetiva de outras partes envolvidas, a fim de confirmar se existe uma visão próxima ou um *gap* na avaliação de alguns indicadores.

BIBLIOGRAFIA

Antunes, M. e Martins, E. (2002), “Capital Intelectual: Verdades e Mitos”, *Revista de Contabilidade e Finanças – USP*, Nº 29, Maio/Agosto, pp. 41- 54.

Arango, M. D., Pérez, G., e Gil, H. (2008), “Propuestas de modelos de gestión de capital intelectual: Una revisión”, *Revista de Contaduría*, Universidad de Antioquia, Nº 52, pp. 105-130.

Banco Central de São Tomé e Príncipe, disponível em <http://www.bcstp.st>, (consultado em diversas datas).

BCSTP (2007), Norma de Aplicação Permanente 10/07 de 26 de novembro de 2007, “Adequação dos Fundos Próprios e Rácio de Solvabilidade”.

BCSTP (2009), Norma de Aplicação Permanente 05/2009 de 9 de julho de 2009, “Plano de Contas para as Instituições Financeiras (PCIF)”.

BCSTP (2009), Norma de Aplicação Permanente 17/2009 de 31 de dezembro de 2009, “Fixação da taxa de câmbio”.

BCSTP (2011), Norma de Aplicação Permanente nº18/2011 de 17 de Agosto de 2011, “Regulamento das Reservas Mínimas de Caixa”.

BCSTP (2012), Norma de Aplicação Permanente nº10/2012 de 16 de julho de 2012, “Regulamento sobre o acesso ao mercado cambial, coberturas, taxas e comissões a praticar”.

Banco Equador, disponível em <http://www.bancoequador.st>, (acedido em 09/03/2015).

Banco Internacional de São Tomé e Príncipe, disponível em <http://www.bistp.st/> (acedido em diversas datas).

Bandeira, A. M. (2010), “Activos Intangíveis e actividades de I&D”, Vida Económica, Porto.

Belly, P. (2013), “El capital humano”, disponível em: <http://www.bellykm.com/library-km/el-capital-humano/el-capital-humano.html> (acedido em 29 de julho de 2015).

Bontis, N. (1999), “Managing organizational knowledge by diagnosing intellectual capital: framing and advancing the state of the field”, *International Journal of Technology Management*, Vol. 18, Nºs 5/6/7/8, pp. 433 – 462.

Bontis, N. (2001), “Assessing Knowledge assets: a review of the models used to measure intellectual capital”, *International Journal of Management Reviews*, Vol. 3, March, pp. 41 – 60.

Bontis, N. (2002), “Intellectual capital ROI: a causal map of human capital antecedents and consequentes”, *Journal of Intellectual Capital*, Vol. 3, Nº 3, pp. 223-247.

Bueno, E., Orteja, P., Pomedá, J., Torre, M., Oliver, M., Mancilla, C., Rodríguez, B., Rivera, C., Ruiz, O., Ruiz, J., e Mártil, L. (2003) “Gestión del conocimiento en Universidades y Organismos Públicos de Investigación”, Universidad Autónoma de Madrid, disponível em: http://www.madrimasd.org/informacionidi/biblioteca/publicacion/doc/16_GestionConocimientoUniversidadesOPIS.pdf (acedido em 29 de Agosto de 2015).

Cabrita, M. (2012), “Capital Intelectual e desempenho organizacional no sector bancário português”, *Revista Portuguesa e Brasileira de gestão*, Vol. 11, Nº 2-3, pp. 63-73.

Cañibano, L., Meca, E. G., Osma, B. G. e Clemente, A. G. (2009), “Los activos intangibles en la nueva regulación contable”, *Cuadernos de Gestión del Conocimiento Empresarial*, N.º 10, Março.

Costa, J. A. (2012), Capital intelectual e o desempenho organizacional no sector hoteleiro português, Badajoz: Univerdidad de Extremadura, Tese para la obtención del grado de Director Europeo.

Financial Accounting Standard Board, FASB. (1985), “Elements of Financial Statements”, *Statement of Financial Accounting Concepts*, nº 6.

Financial Accounting Standard Board, FASB. (2002), “Acquisitions of Certain Financial Institutions”, *Statement of Financial Accounting Standards* nº 147.

Gomes, J. e Pires, J. (2011), “Sistema de Normalização Contabilística”, 4ª edição, Vida Económica, Porto.

Instituto Nacional de Estatística de STP, disponível em <http://www.ine.st/> (acedido em 03 de Março de 2015).

International Accounting Standards Board (2004), *International Accounting Standard* (IAS) 38, “Ativos Intangíveis”.

Kaplan, R. S. e Norton, D. (1992), “The Balanced Scorecard – Measures That Drive Performance”, *Havard Business Review*, January – February, pp. 71-79.

Kaplan, R. S. e Norton, D. (1996), “Linking the Balanced Scorecard to Strategy”, *California Management Review*, Vol. 39, nº1, pp. 53-79.

Kayo, E. K. (2002), “A estrutura de capital e o risco das empresas tangível e intangível – intensivas: Uma contribuição ao estudo da valoração de empresas”, Universidade de São Paulo, Faculdade de economia, administração e contabilidade, Tese de Doutorado.

Kayo, E. K. e Famá, R. (2004), “A estrutura de capital e o risco das empresas tangível e intangível – intensivas”, *Revista de Administração da Universidade de São Paulo (RAUSP)*, Vol.39, Nº2, pp. 164 – 176.

Lei Orgânica do Banco Central - Lei nº 8/92 de 28 de Julho, publicada no suplemento nº 16 do Diário da República de 3 de Agosto de 1992.

López, L. C. (2005), “Valoración de Activos Intangibles, la nueva riqueza de las empresas”, *Revista de Derecho: Universidad del Norte*, Nº 24, pp.140 -155.

Macagnan, C. B. (2004), “Activos Inmateriales y su Normalización Contable”, X congresso de contabilidade, Novembro, Lisboa, Portugal.

Mapa do Golgo da guiné, disponível em <http://pt.wikipedia.org/> (consultado em 9 de Março de 2015).

Marques, M. (2009), “Os ativos intangíveis nas contas das empresas do PSI 20: uma evidência empírica”, *Pecunia*, Setembro, pp.183-201.

Martins, A. (2010), “Justo valor e imparidade em activos fixos tangíveis e intangíveis”, Coimbra, Almedina.

Martins, V. (2002), “Contribuição à avaliação do goodwill: Depósitos Estáveis, um ativo intangível”, Universidade de São Paulo, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Dissertação de Mestrado em Controladoria e Contabilidade.

Matos, F. e Lopes, A. (2008), “Gestão do Capital intelectual: A nova vantagem competitiva das organizações”, *Revista Comportamento organizacional e gestão*, Vol. 14, Nº2, pp. 233-245.

Mesquita, A. S. B. e Lima, H. M. O. (2009), “Capital intelectual: um estudo de caso em uma empresa do setor de rochas ornamentais”, XVI Congresso Brasileiro de Custos, Novembro, Fortaleza, Brasil.

- Morettini, M. (2010), “Valuación de Activos Intangibles en torno a los objetivos de los Estados contables: una propuesta de cambio”, *Revista FACES*, Universidad Nacional de Mar de Plata, Facultad de ciencias económicas y sociales, N° 34 – 35, Enero/ Diciembre, pp.7 – 38.
- Ordóñez de Pablos, P. (2004), “El capital estructural organizativo como fuente de competitividade empresarial: un estudio de indicadores”, *Revista Economía industrial*, N° 357, pp. 131-140.
- Ordóñez de Pablos, P. e Fernández, J. (2005), “Aprendizaje organizativo y gestión del conocimiento: un análisis dinámico del conocimiento de la empresa”, *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, Vol. 11, N° 1, pp. 165-177.
- Perez, M. e Famá, R. (2006), “Ativos Intangíveis e o desempenho empresarial”, *Revista de contabilidade e finanças*, Vol.17, N° 40, Janeiro – Abril, pp.7- 40.
- Prado, J. M. (2009), “Capital intelectual: un modelo de medición en las empresas del nuevo milénio”, *Revista Criterio Libre*, Vol.7, N° 11, Julio- Diciembre, pp.101 – 121.
- Quinapanta, M., Gómez, S., García J. e Barral O. (2012), “Estudio e Análisis de Capital Intelectual como herramienta de gestión para la tomada de decisiones”, *Revista del Instituto Internacional de costos*, N°10, Dezembro, pp.49-65.
- Reilly, R. F. e Schweihs, R. P. (1998), “*Valuing intangible assets*”, Nova York, Mcgraw-Hill.
- Rodrigues, A. M. (2003), O Goodwill nas contas consolidadas, Coimbra: Universidade de Coimbra, Faculdade de Economia, Dissertação de Doutoramento.
- Rodrigues, A. M. G. e Silva, M. L. R. (2013), “ Divulgação de informação sobre os ativos intangíveis: evidência empírica nos bancos em Portugal no período 2001-2009”, *Revista Sociedade, Contabilidade e Gestão*, Vol.8, N°2, Maio/Agosto, pp. 127 – 144.
- Rodrigues, H., Dorrego, P., e Fernández, C. (2009), “La influencia del capital intelectual en la capacidad de innovación de las empresas del sector de automoción de la eurorregión Galicia Norte de Portugal”, Universidade de Vigo, Vigo.
- Roman, N. (2004), “Capital Intelectual: Generador de Éxito en las Empresas” *Revista Visión Gerencial*, Vol.3, N°2, Julio- Diciembre, pp. 67-79.
- São Tomé e Príncipe (1992), Lei n.º 9/92 de 3 de Agosto, “Lei das Instituições Financeiras”, Aprovada pela Assembleia Nacional em 17 de Junho de 1992, Diário da República nº16.

Torres, E. (2009), “Capital humano e intelectual: su evaluación, Observatorio laboral”, *Revista venezolana*, Vol. 2, N°3, Enero – Junio, pp. 65 – 81.

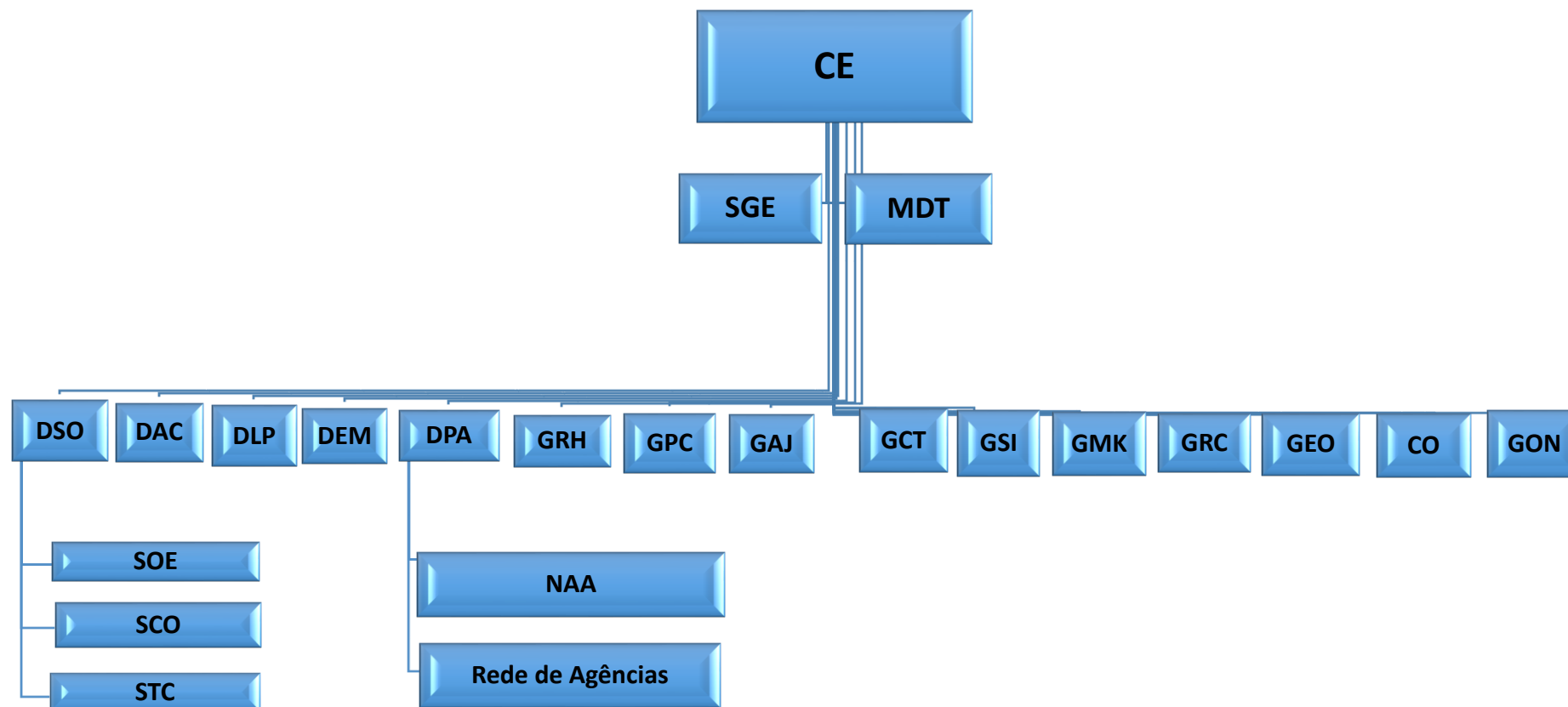
Wyatt, A. (2008), “What Financial and Non-Financial Information on Intangibles is Value Relevant? A review of the evidence”, *Accounting and Business Research*, Vol.38, N° 3, pp. 1-103.

Yin, R. K. (2009), “Case Study Research: Design and Methods”, Volume 5 of Applied Social Research Methods Series, Sage Publications, Thousand Oaks, USA.

Zéghal, D. e Maaloul, A. (2011), “The accounting treatment of intangibles - A critical review of the literature”, *Accounting Forum*, Vol. 35, Abril, pp.262 - 274.

ANEXOS

Anexo 1 - Organograma do BISTP



Fonte: BISTP

CE – Comissão Executiva

SGE – Secretária Geral

MDT – Mediateca

DSO – Direção de Suporte Operacional

DAC – Direção de Auditoria e Controlo Interno

DLP – Direção de Logística e Património

DEM – Direção de Empresas

DPA – Direção de Particulares e Agências

GRH – Gabinete de Recursos Humanos

GPC – Gabinete de Planeamento e Controlo

GAJ – Gabinete de Assuntos Jurídicos

GCT – Gabinete de Contabilidade

GSI – Gabinete de Sistemas de Informação

GMK – Gabinete de Marketing

GRC – Gabinete de Recuperação de Crédito

GEO – Gabinete de Execução de Operações

CO – Compliance Office

GON – Gabinete de Organização de Normas

SOE – Serviço de Operações Externas

SCO – Serviços de Compensação

STC – Serviço de Tesouraria Central

NAA – Núcleo de Apoio Administrativo

Anexo 2 – Questionário sobre o capital intelectual

Questionário sobre o capital intelectual

Tendo em conta a evolução do meio empresarial e a crescente importância assumida pelo capital intelectual no desempenho organizacional, o questionário que se segue, realizado no âmbito do Mestrado em Auditoria Empresarial e Pública do Instituto Superior de Contabilidade e Administração de Coimbra, tem por objetivo avaliar os indicadores de capital intelectual presentes na sua empresa.

A conclusão desse questionário é de extrema importância para a realização do presente estudo, pelo que a sua participação neste estudo é vital.

Para o efeito, pedimos que dedique alguns minutos a responder o presente questionário, assinalando cada uma das questões com um (X), numa escala de 1 a 5, de forma a corresponder mais fielmente à situação da sua empresa, enquanto representante da mesma. Por favor, certifique-se de completar todas as questões. Mais uma vez, obrigada pela sua participação.

1. Capital Intelectual

1 – Mau; 2 - Satisfaz; 3 - Bom; 4 - Muito Bom e 5 - Excelente.

1.1 Capital Humano

- O Capital humano inclui o *Know How*, capacidades, habilidades e conhecimentos próprios dos colaboradores da organização.

Nº	Indicadores de capital humano	1	2	3	4	5
1	Nível de motivação e de satisfação dos empregados.					
2	Grau de comprometimento e de competência dos empregados na realização das suas atividades.					
3	Nível de habilidade e de experiência dos empregados.					
4	Nível de escolaridade dos empregados.					
5	Conhecimento técnico dos empregados.					
6	Capacidade de relacionamento dos empregados.					
7	Capacidade de trabalho em equipa.					
8	Clima organizacional em geral.					
9	Número de informações e de conhecimentos trocados entre os empregados.					
10	Número de horas de formação oferecidas aos empregados.					
11	Número de empregados que recebem formação.					
12	Nível de preocupação dos empregados para melhorar a sua formação profissional.					
13	Número de empregados.					
14	Índice de rotatividade dos empregados. (<i>turn over</i>)					
15	Número de pesquisas dirigidas aos clientes com o objetivo de recolher informações sobre os colaboradores.					

1.2 Capital Estrutural

- O capital estrutural inclui processos de gestão, redes de comunicação e informação, políticas, culturas e outras capacidades organizacionais.

Nº	Indicadores de capital estrutural	1	2	3	4	5
1	Capacidades dos equipamentos utilizados no desenvolvimento das atividades.					
2	Comprometimento da empresa com a melhoria da qualidade dos produtos e serviços.					
3	Nível de eficiência dos procedimentos utilizados na empresa.					
4	Capacidade do sistema de informação da empresa (rapidez no acesso à informação relevante).					
5	Tempo gasto para realização de uma operação. (Na vossa empresa há excesso de burocracia?)					
6	Investimento no desenvolvimento das atividades da empresa.					
7	Investimento no desenvolvimento do mercado onde operam.					
8	Número de sugestões de empregados e de clientes implementadas pela empresa.					
9	Cultura organizacional em geral.					
10	Nº de sistemas e procedimentos adotados que apoiam a inovação.					

1.3 Capital Relacional

- O capital relacional está relacionado com as ligações da organização com o exterior (clientes, parceiros comerciais, investidores, reputação, quota de mercado, etc.).

Nº	Indicadores de capital relacional	1	2	3	4	5
1	Grau de reconhecimento e o respeito da marca da empresa perante o mercado.					
2	Nível de preocupações da empresa em identificar e atender as necessidades do mercado.					
3	Nível de participação que a empresa tem no mercado.					
4	Relacionamento da empresa com parceiros comerciais.					
5	Número de clientes satisfeitos com a empresa.					
6	Longevidade do relacionamento com os clientes.					
7	Nível de lealdade/fidelidade dos clientes.					
8	Despesas relacionadas com <i>marketing</i> .					
9	Número de pesquisas direcionadas aos clientes com o objetivo de apurar o grau de satisfação dos mesmos e as suas sugestões.					
10	Número de reclamações dos clientes e tempo de resposta.					
11	Número de agências.					

Obrigada pela sua colaboração!

