

**Universidade Federal de Santa Maria
Centro de Ciências Sociais e Humanas
Curso de Ciências Contábeis**

A Comissão Examinadora, abaixo assinada,
aprova o Trabalho de Conclusão de Curso

**A IMPORTÂNCIA DO INVESTIMENTO NO CAPITAL
INTELECTUAL NAS EMPRESAS DE SERVIÇOS
CONTÁBEIS EM SANTA MARIA**

elaborada por
**Rita de Cássia Gonçalves de Oliveira
Sandra Gazzolla Sarturi**

Como requisito parcial para obtenção de grau de
Bacharel em Ciências Contábeis

COMISSÃO EXAMINADORA:

Prof. Sérgio Rossi Madruga
(Orientador)

Prof. Gilberto Brondani
(Membro)

Prof. Tânia Moura da Silva
(Membro)

Santa Maria, 31 de Agosto de 2006.

AGRADECIMENTOS

Agradecemos aos escritórios que colaboraram, disponibilizaram tempo para as entrevistas e tiveram confiança em expor as suas empresas auxiliando para a realização deste trabalho. Também agradecemos ao nosso orientador professor Sérgio Rossi Madruga e ao professor Wanderlei José Ghilardi pelo incentivo, auxílio e sinceridade que dedicaram para que pudéssemos realizar este trabalho.

“O problema do conhecimento não deve ser um problema restrito aos filósofos. É um problema de todos, e cada um deve levá-lo em conta desde muito cedo e explorar as possibilidades de erro para ter condições de ver a realidade”.

(Edgar Morin).

RESUMO

Trabalho de Conclusão de Curso
Universidade Federal de Santa Maria

A IMPORTÂNCIA DO INVESTIMENTO NO CAPITAL INTELECTUAL NAS EMPRESAS DE SERVIÇOS CONTÁBEIS EM SANTA MARIA

AUTORAS: RITA DE CÁSSIA GONÇALVES DE OLIVEIRA
SANDRA GAZZOLLA SARTURI

ORIENTADOR: SÉRGIO ROSSI MADRUGA

Data e Local da Apresentação: Santa Maria, 31 de Agosto de 2006.

O estudo foi realizado junto às empresas de serviços contábeis de Santa Maria - RS, cujo quadro funcional é superior a 9 funcionários, no período correspondente ao primeiro semestre de 2006. O objetivo geral deste estudo foi demonstrar a importância de investir no conhecimento, no aperfeiçoamento e na motivação para valorizar o capital intelectual nas empresas. A pesquisa buscou conhecer como as empresas de serviços contábeis estão investindo no capital intelectual, através de uma entrevista estruturada com o responsável de cada empresa. A realização desta pesquisa permitiu concluir entre outros aspectos que as maiores empresas de serviços contábeis de Santa Maria, possuem em seu perfil um quadro funcional predominante do sexo feminino, e em sua maioria são formadas por sócios do sexo masculino. A sistemática de trabalho utilizada nas empresas contábeis de Santa Maria, influencia no conhecimento adquirido da equipe. Também a motivação da equipe realmente influencia, tanto na produção como no crescimento intelectual de cada funcionário. Concluiu-se que a troca do conhecimento é importantíssima para o crescimento das organizações contábeis e para que isso ocorra o funcionário deve ter consciência desta necessidade. A grande maioria das empresas de serviços contábeis disponibilizam aos funcionários, dentro do horário de expediente, algumas horas de estudo pois isso trará um crescimento intelectual para a empresa. Também dentre as entrevistadas todas tem acesso a um programa de informática específico, e freqüentam cursos de atualização disponíveis no mercado. Estas empresas, que investem em capital intelectual, têm como objetivo principal se destacar e obter reconhecimento pela qualidade de seus serviços.

Palavras-chave: Investimento, Conhecimento, Colaboradores.

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – Tipos de metas.....	30
QUADRO 2 – Favorecimento das metas.....	30
QUADRO 3 – Fatores motivacionais.....	31
QUADRO 4 – Política salarial.....	32
QUADRO 5 – Requisitos para o cargo de gerente.....	33
QUADRO 6 – Responsabilidade do erro de cálculo de impostos.....	35
QUADRO 7 – Serviços diferenciados.....	37

LISTA DE APÊNDICES

APÊNDICE A - Questionário sobre capital intelectual.....	43
--	----

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	9
1.1 Problema	9
1.2 Objetivos	10
1.2.1 Objetivo geral.....	10
1.2.2 Objetivos específicos.....	10
1.3 Justificativa	10
1.4 Hipóteses	11
2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	12
2.1 Capital intelectual.....	12
2.2 Organizações contábeis.....	18
2.3 Sistemas de informações contábeis.....	21
2.4 O capital intelectual no serviço contábil.....	24
3 METODOLOGIA	28
4 DESENVOLVIMENTO	29
5 CONCLUSÃO	38
6 REFERÊNCIAS	41

1 INTRODUÇÃO

O investimento no capital intelectual é imprescindível para as empresas que querem um maior aperfeiçoamento nas áreas em que atuam, pois é importante que estejam atualizadas, devido às exigências do mercado, tanto em tecnologia quanto em recursos humanos.

Nas empresas de serviços contábeis a qualidade dos serviços é fundamental para a continuidade da empresa, com qualidade e credibilidade para que sejam satisfeitas as necessidades de seus clientes. Para isso há a exigência de investimento em capital intelectual, para que seus colaboradores sejam qualificados e estejam dispostos a ampliar os horizontes da contabilidade para que essa evolua como a profissão do futuro.

O avanço tecnológico também é uma área que precisa constantemente de atualização, por isso o investimento torna-se necessário para que os programas contábeis não se tornem obsoletos e junto com o aperfeiçoamento dos programas de informática da área contábil vem o crescimento intelectual da equipe.

Para que fosse possível saber como está o investimento em capital intelectual nas empresas de serviços contábeis de Santa Maria-RS, foi realizado um estudo junto a essas empresas, cujo quadro funcional é superior a 9 funcionários, no período correspondente ao primeiro semestre de 2006.

1.1 Problema

Desde a década de 60 vivencia-se um período de mudanças econômicas, tecnológicas, políticas e sociais. Na era do conhecimento, é percebido que muitas empresas, para aumentarem seu valor junto ao mercado, ganhar a confiança dos clientes e principalmente para tornar-se inalcançável pela concorrência, estão investindo no conhecimento. Uma vez que, investir em seus colaboradores é fundamental para o crescimento intelectual, porque é através deles que a empresa irá conseguir prestar um serviço de qualidade e oferecer tranquilidade para os clientes.

Partindo das mudanças ocorridas no cenário mundial, sabe-se que o conhecimento passou a ter atribuição de valor monetário. Diante desses fatos,

procurou-se saber se as empresas de serviços contábeis de Santa Maria - RS julgam importante investir no conhecimento profissional de seus funcionários para aumentar o capital intelectual de suas empresas.

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo geral

O objetivo geral deste estudo foi demonstrar a importância de investir no conhecimento, no aperfeiçoamento e na motivação para valorizar o capital intelectual nas empresas.

1.2.2 Objetivos específicos

Com os objetivos específicos procurou-se:

- a) identificar as ações necessárias ao aprimoramento do capital intelectual nas empresas prestadoras de serviços contábeis;
- b) identificar quais as ações que estão sendo executadas para esse aprimoramento;
- c) demonstrar o quanto uma empresa pode ser valorizada, após investir no capital intelectual.

1.3 Justificativa

A contabilidade como um sistema de informações deve observar os novos requisitos exigidos pelo momento atual, pois não deve ficar parada no tempo deixando as mudanças acontecerem sem procurar investir para satisfazer o mercado, o qual está mais exigente.

Devido às exigências do mercado, sabe-se que a maioria dos clientes exigem de uma empresa de serviços contábeis bem mais do que apenas relatórios informando se houve lucro ou prejuízo, e sim, querem além dos serviços contábeis uma assessoria para auxiliar em como administrarem suas empresas, identificarem onde ocorrem os problemas mais frequentes, também querem auxílio de como

diminuir custos, e para a empresa de serviços contábeis estar preparada para prestar essas informações precisa de uma equipe com conhecimentos além dos contábeis, mas também com conhecimentos na área administrativa, econômica e outras.

Atualmente, muitas empresas de serviços contábeis podem perder credibilidade por parte de seus clientes, por não terem um programa de potencialização de capital intelectual em suas empresas. A área contábil é uma das que mais precisa ser atualizada, e é importante que seus funcionários ou que suas equipes estejam sempre bem informados intelectual e tecnologicamente. Em decorrência disso investigou-se como as empresas de serviços contábeis estão investindo no capital intelectual de seu quadro funcional.

1.4 Hipóteses

- a) Empresas contábeis com dificuldades de investimento no conhecimento do quadro funcional estão perdendo sua clientela;
- b) Funcionários que aprimoram seu conhecimento produzem mais com maior eficiência;
- c) A contabilidade ainda não possui uma técnica adequada para mensurar o valor exato do capital intelectual;
- d) Com a globalização, o avanço tecnológico, as empresas estão investindo em capital humano, com o objetivo de ter retorno mais rápido.

2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

2.1 Capital intelectual

Brooking (1996 apud ANTUNES, 2000) define capital intelectual como uma combinação de ativos intangíveis, frutos das mudanças nas áreas da tecnologia da informação, mídia e comunicação, que trazem benefícios intangíveis para as empresas e que capacitam seu funcionamento.

O capital intelectual manifesta-se em todas as ações da vida, nas decisões e até mesmo na sobrevivência da espécie humana. A história mostra que economistas, a partir do século XV já investiam esforços para encontrar uma forma de atribuir valor monetário ao ser humano, e, há bem pouco tempo as organizações e seus administradores vêm percebendo a sua influência e suas implicações nos resultados empresariais.

O valor do conhecer sempre teve sua expressão no tempo. O homem desde os primórdios da civilização, em etapas evolutivas como a era do pastoreio, da agricultura, da indústria sempre utilizou a mente, mas, hoje se encontra mais evoluído com o emprego da intelectualidade, ou seja, de um refinado uso da inteligência, apoiado em múltiplos conhecimentos.

Para Antunes (2000, p. 95) “o capital intelectual, é a posse do conhecimento, experiência aplicada, tecnologia organizacional, relacionamento com clientes e habilidades profissionais que proporcionem uma vantagem competitiva no mercado”.

O Capital Intelectual é um conjunto de bens intangíveis que podem agregar valores aos produtos e serviços, quais sejam, fruto de talentos, habilidades, *know-how*, *know-what* e relacionamentos, assim como máquinas e redes que o incorporam, utilizados para criar riqueza. Sua origem está relacionada com o surgimento da sociedade do conhecimento ou sociedade pós-capitalista. O conhecimento não é um tema novo, mas é um tema ancestral tratado por inúmeros grandes filósofos.

O conhecimento, conforme Padoveze (2000), é gerado e operacionalizado pelo ser humano, acumulado e administrado pela sociedade para satisfação de suas necessidades. As empresas e demais instituições, que são sociedade de pessoas com objetivos bem definidos, fazem o papel de reunir e operacionalizar

especialidades de conhecimento e com isso conseguem maior eficiência e eficácia na gestão do conhecimento, para atender seus objetivos e cumprir suas missões.

Conhecimento é uma mistura fluída de experiência condensada, valores, informação contextual e *insight* experimentado, a qual proporciona uma estrutura para a avaliação e incorporação de novas experiências e informações. Ele tem origem e é aplicado na mente dos conhecedores. Nas organizações, ele costuma estar embutido não só em documentos ou repositórios, mas também em rotinas, processos, práticas e normas organizacionais. (DAVENPORT e PRUSAK, 1998, p. 6).

Essa definição torna claro que o conhecimento é uma mistura de vários elementos que existe dentro das pessoas, e que faz parte da complexidade e imprevisibilidade humanas.

O conhecimento quando gera valor é, no mercado, a chave do êxito das células sociais, que competem no contexto econômico, social e tecnológico de nosso tempo. Há um progressivo interesse em mensurar os intangíveis e gerenciar os bens imateriais, incluindo a riqueza do conhecimento. Há uma valorização crescente tanto do conhecimento individual como do conjunto da organização.

O conhecimento se desenvolve ao longo do tempo através da experiência, que abrange desde cursos, livros e mentores até o aprendizado informal. A experiência refere-se aquilo que fizemos e aquilo que aconteceu conosco no passado, e que vamos acumulando através dos anos. Segundo Davenport e Prusak (1998, p. 12), “o conhecimento pode ser comparado a um sistema vivo que cresce e se modifica à medida que interage com o meio ambiente”.

Davenport e Prusak (1998) afirmam que o conhecimento está se valorizando, mas não está sendo registrado nos demonstrativos contábeis, o saber individual ou coletivo é que produz valor. O ativo individual se refere à experiência, educação, conhecimentos, habilidades, capacitação, incorporação de novas tecnologias, valores e atitudes do trabalhador. Quanto ao coletivo é a soma de todas qualidades e competências dos empregados e da direção. Os ativos de estrutura interna se referem aos métodos e procedimentos de trabalho, ao *software*, à base de dados, à pesquisa e desenvolvimento, aos sistemas de direção e gestão e a cultura da organização. Quanto maior for a capacidade cultural coletiva maior a probabilidade de prosperidade da riqueza da célula social.

Dentro das empresas, o conhecimento é gerado pelas redes informais e auto-organizadas, as quais podem tornar-se mais formalizadas com o tempo. Comunidades de possuidores do conhecimento acabam se aglutinando, motivados

por interesses comuns, e em geral conversam pessoalmente, por telefone e pelo correio eletrônico para compartilhar o conhecimento e resolver os problemas em conjunto. Essa transferência do conhecimento é vital para o sucesso de uma empresa.

A motivação também é um fator importante para a ampliação do conhecimento, pois mede o nível médio de satisfação de um grupo de pessoas. A base da motivação é a confiança, que se deve ter no gerente ou no líder de um grupo e num bom ambiente de trabalho. A motivação consiste no envolvimento total dos membros de uma organização, em que o funcionário precisa sentir-se útil e contribuir para o crescimento da empresa e de seu próprio crescimento.

Outro fator importante é o da política salarial, que traz mais entusiasmo aos funcionários, que fazem parte de uma empresa que possui plano de carreira. Muitas empresas costumam pagar prêmios quando adquirem novos clientes e quando conseguem atingir metas definidas.

Esses fatores citados são apenas alguns dos itens essenciais para que se tenha um incentivo de aumentar o conhecimento individual.

Como a capacidade de adquirir e desenvolver o conhecimento, é próprio do ser humano, este diferencia-se dos demais recursos econômicos, em alguns aspectos importantes:

- É um recurso ilimitado, pois a pessoa aprimora seus conhecimentos à medida em que os desenvolve, diferentemente de alguns recursos naturais que se esgotam com o tempo;
- Está contribuindo para minimizar o consumo dos outros recursos, à medida que é empregado para aperfeiçoar técnicas existentes, e está associado ao desenvolvimento de novas tecnologias;
- É propagável pelo mundo para gerar progresso, descentralizando a riqueza, pois esta estará em mãos daqueles que souberem como criar, mobilizar e organizar o conhecimento.

Há muitos fatores culturais que inibem a transferência do conhecimento, tais como: falta de confiança mútua; diferentes culturas, vocabulários e quadros de referência; falta de tempo e de locais de encontro; valorização e recompensas vão para os possuidores do conhecimento (competição).

Para que não haja inibição na transferência do conhecimento, é necessário construir relacionamentos e confiança mútua através de reuniões face a face;

estabelecer um consenso através de educação, discussão, publicações, trabalho em equipe e rodízio de funções; criar tempo e locais para a transferência do conhecimento; avaliar o desempenho e oferecer incentivos baseados no compartilhamento.

Para Moreira (1999, p.14) “é provável que você ouça coisas do tipo: treinar investir para depois as pessoas irem embora e nós ficarmos na mão, porque elas levam o conhecimento”. Esse autor expõe o medo dos empresários em investir no capital humano, em treinamentos, em cursos, pois a qualquer momento os funcionários poderão ir para outra empresa, inclusive para o seu principal concorrente e levar o investimento que lhe foi proporcionado.

Para que a gestão do conhecimento possa prosperar, as organizações precisam criar um conjunto de funções e qualificações para desempenhar o trabalho de aprender, distribuir e usar o conhecimento. Há muitas tarefas estratégicas e táticas a executar. Como vêm sendo enfatizado os seres humanos agregam valor, que transformam dados e informações em conhecimento. É importante estimular cada funcionário a se tornar um gerente do conhecimento, pois todos precisam criar, compartilhar, pesquisar e usar o conhecimento em sua rotina diária.

Dentro das organizações as pessoas sempre procuram, usam e valorizam o conhecimento, pelo menos implicitamente. As empresas contratam funcionários mais pela experiência ou escolaridade, porque elas têm o conhecimento desenvolvido e comprovado ao longo do tempo. Diante de decisões difíceis, os gerentes tendem a recorrer a pessoas que eles respeitem e lhes forneçam conhecimento mais do que a procurar informações em livros ou em banco de dados. O conhecimento faz as organizações funcionarem e não é algo novo. Novo é reconhecer o conhecimento como um ativo corporativo e entender a necessidade de valorizá-lo.

Para Sveiby (1998), muito mais do que contribuir para a valorização total da empresa, o conhecimento é a base de sua estrutura interna e externa. Para poder competir e enfrentar os desafios de um mercado cada vez mais exigente, as empresas têm que investir em recursos humanos.

Valorizar o capital humano é fundamental para a competitividade empresarial, pois os recursos humanos são os principais responsáveis pelo desempenho das empresas e constituem vantagens competitivas, num mercado cada vez mais exigente.

Atualmente a necessidade de se extrair conhecimento organizacional é maior que no passado, pois com o avanço da tecnologia da informação, vieram novas opções de trabalhos, tornando o conhecimento como principal fator de produção. As organizações que buscam garantir o seu sucesso e continuidade, na obtenção de atenderem às necessidades que o mercado atual apresenta, precisam contar, segundo Edvinsson e Malone (1998), com três capitais imprescindíveis: Capital Humano que faça a diferença, Capital Estrutural condizente e Capital de Clientes compartilhados. O somatório desses três capitais formam o Capital Intelectual de uma organização.

Como um bem humano, o capital intelectual nas empresas, apresenta-nos um paradoxo. Se o pessoal constitui uma vantagem competitiva principal, como o é, tem-se que investir nele, desenvolvê-lo e ceder-lhe espaço para seus talentos. Quanto mais fizermos isso, mais aumentaremos seus potenciais.

Os ativos baseados no conhecimento devem ser avaliados com cautela, pois ativo para a contabilidade tradicional, compreende os bens e os direitos da entidade expressos em moeda, os quais são classificados em ativos tangíveis, que possuem existência física e podem ser mensurados. Já os ativos intangíveis que não possuem existência física, no qual está inserido o capital intelectual, são de difícil mensuração.

Segundo Edvinsson e Malone (1988, p.161) “a mensuração do capital intelectual é uma idéia revolucionária e, como a maioria das revoluções, se recusará a permanecer dentro dos limites que foram estabelecidos por ela”.

O capital intelectual iniciou-se com base no *Goodwill*, que é definido como a diferença entre o valor de um negócio em sua totalidade e a soma dos ativos individuais avaliados por seu valor justo, ou seja, sua capacidade de geração de lucros futuros, e o valor econômico de seus ativos, apresentado uma característica residual. Porém hoje, pode-se dizer que o capital intelectual está inserido no *Goodwill*, concluindo que o modelo desenvolvido para mensuração do capital intelectual pode ser entendido como uma tentativa de identificar e mensurar alguns dos fatores (ativos intangíveis), que contribuem para a geração de lucros futuros, minimizando a quantidade de intangíveis não identificados e, conseqüentemente, o valor do *Goodwill*.

O capital de clientes também faz parte do *goodwill*, pois quando uma empresa é vendida por um valor maior que o contábil e ocorre uma sobra após subtrair-se o

valor das patentes e dos direitos autorais, essa sobra é o reconhecimento de que a empresa possui uma carteira de clientes sólidos e leais.

A primeira empresa a mensurar o capital intelectual foi o Grupo Skandia, que é o quarto maior grupo financeiro do mundo atuando na área de prestação de serviços financeiros e de seguros, e é o maior da Escandinávia. Esse grupo despertou o interesse dos meios acadêmicos e empresariais e da mídia, por ter sido o primeiro grupo a divulgar um relatório contendo dados sobre a avaliação do capital intelectual de suas empresas. Esse relatório foi distribuído aos acionistas em 1995, como um suplemento das Demonstrações Financeiras referentes a 1994.

O modelo desenvolvido pelo grupo foi motivado pela percepção de seus diretores no início da década de 80, de que o poder competitivo de uma empresa residia cada vez menos nos ativos contábeis tradicionais e, cada vez mais, em fatores subjetivos até então não mensurados. Principalmente para eles e para as demais empresas do setor de prestação de serviços, como é o caso das empresas prestadoras de serviços contábeis que se baseiam no conhecimento. Essa empresa usou como uma das formas para medir o capital intelectual, os investimentos feitos em desenvolvimento, treinamento dos funcionários, comunicação, marca, etc..., multiplicado pelo índice de satisfação dos clientes, no momento em que o foco é voltado para os clientes.

Para Sveiby, outra empresa que se destaca na avaliação dos ativos intangíveis é a Celemi, uma empresa sueca que desenvolve e vende ferramentas de treinamento. Nessa empresa, o balanço patrimonial contém ativos intangíveis que podem ser de três categorias principais: - *Os nossos clientes* onde o valor das relações com os clientes é influenciado basicamente pelo grau de satisfação com que a Celemi soluciona os problemas dos clientes. – *A nossa organização*, onde as decisões relativas a desenvolvimento ou investimentos podem ser tomadas com uma certa segurança porque o trabalho é realizado internamente ou contratado fora. – *O nosso pessoal* onde o valor das pessoas é que elas são os únicos e verdadeiros agentes dentro da empresa, todos os ativos e estruturas, visíveis ou invisíveis, são os resultados da ação humana, e depende da competência e energia para continuarem a existirem.

A mensuração do Capital intelectual é de extrema importância para a tomada de decisões estratégicas de uma organização, por apontar tendências futuras, que refletirão nos relatórios contábeis. Verifica-se que a mensuração desses valores é

um grande desafio para a contabilidade, pois ele precisa ser vencido através de pesquisas e experiências práticas, mostrando assim o retorno que o mesmo trará.

Alguns autores falam do risco de se investir no capital intelectual, como por exemplo Sveiby (1998, p.183), ao dizer que “a competência individual é propriedade dos indivíduos e não das empresas, de modo que, do ponto de vista da empresa, o dinheiro gasto com a educação dos funcionários deve ser tratado como um custo e não como um investimento”.

Muitos comentaristas insistem que os custos com treinamento e educação devem ser vistos como investimentos quando os indivíduos financiam sua educação, pois eles estão investindo no seu próprio capital. Mas, quando essa educação é paga pela empresa, o elo entre o empregador e o ativo é quebrado, pois a empresa está pagando por um ativo que não lhe pertence.

Logo após o autor ressalta das dificuldades de avaliar o valor das empresas do conhecimento, utilizando apenas variáveis financeiras, e fala que existem duas finalidades principais para avaliarmos ativos intangíveis e duas partes principais interessadas nos resultados: a apresentação externa e a avaliação interna.

Na apresentação externa, a empresa se descreve da forma mais precisa possível para os envolvidos, clientes, credores e acionistas para que eles possam avaliar a qualidade de sua gerência e se é provável que se trate de um fornecedor ou credor confiáveis. Já a avaliação interna é feita para a gerência, que precisa conhecer ao máximo possível a empresa para poder monitorar seu progresso. Para que essas avaliações sejam satisfatórias o conhecimento dos funcionários, da gerência, da equipe como um todo, é de fundamental importância.

2.2 Organizações contábeis

Segundo Figueiredo e Fabri (2000) a organização de serviços contábeis tem como missão prestar serviços de natureza contábil. Nela centralizam-se e executam-se as informações patrimoniais de pessoas físicas ou jurídicas, sob sua responsabilidade, que exercem as diversas atividades econômicas.

É um conjunto formado da união entre tecnologia, elementos como máquinas, objetos e móveis, e a capacidade humana disponível com as qualidades necessárias para dirigir, controlar e coordenar as atividades essenciais para o bom desempenho do trabalho a ser executado. (FIGUEIREDO e FABRI, 2000, p. 44).

O exercício das atividades das empresas contábeis realiza-se para atender ao processo de terceirização dos serviços contábeis das empresas, sob a forma de assessoria, consultoria ou execução da contabilidade, da auditoria, da análise econômico-financeira, do cálculo dos custos e de outros serviços de natureza contábil.

As empresas contábeis, diferentemente de outros tipos de empresas de serviços, são, em quase sua totalidade, fundadas e geridas por contadores ou técnicos em contabilidade.

Os produtos oferecidos por uma empresa contábil podem ser agrupados de acordo com seu foco de ação na necessidade de seus clientes: dividem-se em três grandes grupos: consultoria, assessoria e execução. Ainda se subdividem em fiscal, trabalhista e contábil.

Todas as organizações possuem uma missão, que, muitas vezes, não é do conhecimento das pessoas, mas que existe e visa atender às necessidades da sociedade por meio de seus produtos ou serviços. As organizações existem para realizar algo de que a sociedade necessita e por isso deve estar disposta a obtê-lo.

Segundo as competências legais conferidas ao profissional de contabilidade, sua principal função é executar a contabilidade geral, financeira e gerencial, bem como gerar informações referentes a todos os atos relativos à gestão econômica das organizações.

Figueiredo e Fabri (2000) dizem que o profissional de contabilidade, além dos conhecimentos técnicos necessários ao desempenho da atividade, deve conhecer o ambiente interno e externo das organizações. Suas relações de comportamento humano, social e econômico devem ser conscientes e responsáveis, pois as informações vindas da contabilidade impactam profundamente a vida econômica e social do país. Deverá ser capacitado para o domínio da linguagem dos negócios, pois é o responsável pela geração de informações fundamentais ao processo decisório e estratégico das organizações, além de ser um profissional crítico, ético e lúcido para planejar, organizar, liderar e dirigir as atividades de controle do gerenciamento contábil das empresas. Figueiredo e Fabri (2000) segundo pesquisas realizadas no ambiente das empresas de contabilidade, nota-se que os maiores problemas enfrentados pelas empresas de serviços contábeis são:

- a) pouca atenção dada a sua própria prática contábil;
- b) falta de habilidade gerencial;

- c) falta de planejamento;
- d) perda de clientes, para empresas cujos honorários sejam menores;
- e) preços inadequadamente calculados;
- f) ineficientes métodos de recrutamento e treinamento dos auxiliares;
- g) falta de especialização em algum tipo de serviço;
- h) pouca preocupação com a continuidade da empresa;
- i) constantes mudanças na legislação tributária.

Dentro desse contexto, e acreditando serem essas as tendências do atual cenário em que atuam as empresas de contabilidade, considera-se imprescindível que uma maior atenção seja dada à prática administrativa dessas empresas, pois os clientes esperam muito mais. Esperam que o contador os ajude a resolver os problemas de seu negócio.

A gestão financeira é uma das preocupações críticas de todo pequeno e médio empresário, entretanto, poucos deles possuem conhecimento e segurança necessários para bem administrar. Assim, esperam do contador algumas dicas importantes para o bom funcionamento de seu negócio.

O processo operacional da empresa contábil desencadeia-se a partir do primeiro contato estabelecido com o cliente, que trata sobre o serviço. A aquisição de novos clientes realiza-se mediante indicação que pode ser feita por clientes mais antigos, amigos pessoais ou profissionais, ou até mesmo por colegas que podem ou não querer elaborar o serviço por considerarem grande ou pequeno demais para seus interesses. O primeiro passo para se contratar um serviço, após o contato inicial, é conhecer a extensão e complexidade do mesmo, para a determinação do preço do serviço. Num primeiro momento, é necessário caracterizar o serviço a ser prestado e o método de execução, e só posteriormente relacioná-los aos vários fatores determinantes do preço, inclusive seu custo.

Segundo Figueiredo e Fabri (2000) a execução dos serviços de contabilidade operacionaliza-se da seguinte forma: as tarefas a serem desempenhadas são divididas entre os departamentos pessoal, fiscal e contábil, ficando os funcionários especializados em cada tipo de tarefa. Algumas empresas dividem seus funcionários por empresa-cliente atribuindo a cada funcionário a responsabilidade pelo serviço daquele cliente. Outras empresas ainda disponibilizam um funcionário exclusivamente para um cliente, fazendo-o atuar em domicílio deste com supervisão do profissional responsável.

A sobrevivência das empresas de contabilidade na próxima década vai depender da dedicação, da competência administrativa, da preparação dos sucessores, da excelência e diferenciação do serviço oferecido. É importante que cada sócio ou proprietário de empresa contábil considere-se, além de seu próprio cliente, o mais importante de todos eles, ao qual sempre será necessário dedicar tempo, o melhor dos esforços, a mais sofisticada das práticas de gestão e serviços de consultoria. (FIGUEIREDO e FABRI, 2000, p.113).

Assim como os clientes esperam que o profissional de contabilidade encontre solução para seus problemas, os contadores também não devem deixar de lado os problemas da sua própria empresa, e quando não for possível resolvê-los, é conveniente procurar ajuda de profissionais especializados.

O perfil do profissional da contabilidade deve ter:

- a) visão sistêmica em negócios;
- b) conhecimento sobre as transformações sociais e econômicas atuais;
- c) capacidade para analisar o desempenho das organizações, detectar problemas e propor soluções para a tomada de decisões;
- d) conhecimento do mercado das empresas em que atua;
- e) capacidade de ter iniciativa, criatividade e reflexão crítica;
- f) preparação para utilização da tecnologia informatizada;
- g) capacidade de fazer planejamentos;
- h) capacidade de liderança e de trabalhos em equipe;
- i) consciência da necessidade da utilização constante de outros idiomas;
- j) conscientização ética;
- l) capacidade de inter-relacionamento;
- m) conhecimentos básicos nas diversas especializações das ciências contábeis: capital intelectual, contabilidade internacional, responsabilidade social, balanço social.

2.3 Sistemas de informações contábeis

Sabe-se que a contabilidade existe desde a sociedade primitiva, onde a economia era baseada na agricultura e na pecuária, e esta fornecia aos proprietários, relatórios contendo apenas a contagem física dos bens. Mais tarde, já na sociedade agrícola houve o início das relações comerciais com as navegações marítimas, sendo assim necessário a contabilização dos investimentos e o resultado

apurado após a venda das mercadorias, para atender às necessidades dos sócios e do estado e para o controle dos impostos.

Anos mais tarde, na sociedade industrial, a economia era baseada no capital e no trabalho, época em que grandes empresas foram formadas na área industrial e na prestação de serviços. Na contabilidade os reflexos foram grandes, pois esta já começou a fornecer relatórios para atender às necessidades dos acionistas, gerentes e governo. Houve o reconhecimento da depreciação, a separação dos custos de produção, a organização formal de institutos e órgãos contábeis, pois a responsabilidade dos contadores ficou muito grande.

Hoje, na sociedade do conhecimento, onde a economia é globalizada, surge a tecnologia de informação e o conhecimento passa a ser valorizado. Para a contabilidade, surgem os sistemas de informações contábeis, que auxiliam nas decisões estratégicas, na rapidez da entrega dos relatórios contábeis e no trabalho em equipe onde todos passam a trabalhar em rede.

Conforme Gil (1992 apud PADOVEZE, 2000, p.47.), “sistemas de informação compreendem um conjunto de recursos humanos, materiais, tecnológicos e financeiros agregados segundo uma seqüência lógica para o processamento dos dados e a correspondente tradução em informações”.

Os elementos de um sistema de informação são os objetivos, ambiente, recursos, componentes, administração e saídas do sistema.

A ciência contábil traduz-se naturalmente dentro de um sistema de informação, pois a contabilidade nasceu sob a arquitetura de sistema informacional.

Dessa maneira, o sistema de informação contábil é o grande sistema de informação dentro da empresa.

Para melhor entender um sistema de informações contábeis é necessário entender o conceito de banco de dados, que é um conjunto de arquivos estruturados, que proporcionam uma fonte única de dados para uma variedade de aplicações. O banco de dados deve objetivar a integridade dos dados; rapidez e flexibilidade no acesso às informações; independência entre dados e programas; sigilo e segurança de dados e padronização de dados.

Sistema de informação contábil é o meio que o contador irá utilizar para efetivar a contabilidade e a informação contábil dentro da organização, para que a contabilidade seja utilizada em toda a sua plenitude. Esse sistema processa dados e os transforma em informações contábeis úteis para o processo decisório de toda a

empresa, em todos os níveis. Para o processo de transformação dos dados em informações contábeis úteis, os principais recursos são:

- Recursos humanos (contadores) com capacitação adequada da ciência contábil, para o enfoque da contabilidade e visão contábil gerencial completa, para atender às necessidades informacionais contábeis do sistema empresa;
- *Software* de contabilidade que possibilite ao contador efetivar todo o potencial gerencial da informação contábil a ser gerada e utilizada.

Além desses recursos existem os tradicionais em qualquer setor ou qualquer sistema tais como: equipamentos de informática, equipamentos de comunicação, energia, serviços de terceiros, materiais de expediente, espaço físico, etc.

Segundo Padoveze (2000) a contabilidade é um sistema de informação que busca prover os seus usuários, tanto de natureza interna como de natureza externa, de demonstrações contábeis e análises de natureza econômica, financeira, física e de produtividade.

A informação passou a ter valor, o qual está relacionado com a redução da incerteza na tomada de decisão, na relação do benefício gerado pela informação versus o custo de produzi-la, e no aumento da qualidade da decisão.

Dessa forma, é necessário encontrarmos uma relação adequada para termos o mínimo de informação necessária para reduzir a incerteza e aumentar a qualidade da decisão, ao menor custo possível. Em outras palavras, o custo de obter as informações deve ser sempre menor que o benefício gerado pela decisão, baseado nessas informações obtidas. Esse é o verdadeiro valor da informação.

A tecnologia de informação também faz parte de uma estrutura em nível estratégico das empresas e não deve limitar-se a administrar os recursos internos, mas ultrapassar as fronteiras da empresa e integrar-se sistemicamente com fornecedores, clientes, etc.

Tecnologia da informação é todo o conjunto tecnológico à disposição das empresas para efetivar seu subsistema de informação. Esse arsenal tecnológico está normalmente ligado à telecomunicação, bem como a todo o desenvolvimento científico do processo de transmissão espacial de dados. (PADOVEZE, 2000, p.44).

Numa fábrica, a tecnologia de informação engloba os instrumentos de manufatura, movimentação de materiais, planejamento, controle e gestão. Nos escritórios, a tecnologia de informação inclui o processamento de textos, arquivamento automático, sistemas de processamento de transações, conferência

eletrônica, correio e quadro eletrônico, vídeo-teleconferência, programas de pesquisa em banco de dados, planilhas eletrônicas e sistemas de suporte para decisões.

A tecnologia de informação é fator determinante na competitividade da companhia, já que além da sua utilização como elemento-chave na administração dos recursos, a política da tecnologia de informação equipara-se, em nível estratégico, com o papel da definição dos negócios e da própria organização.

A informação contábil, como toda a informação, parte de dados coletados por toda a empresa, tratando-os conforme seus critérios, para dar um formato denominado contábil, que tem uma série de características e obedece necessariamente a uma metodologia. Esta metodologia não é apenas de cunho ferramental, mas sim, tem como fundamento, a ciência contábil. Padoveze (2000, p. 141) afirma que “o propósito da informação é possibilitar que uma organização alcance seus objetivos pelo uso eficiente de seus outros recursos, isto é, homens, materiais, máquinas e outros ativos e dinheiro”.

2.4 O capital intelectual no serviço contábil

No momento atual, que é a Era do Conhecimento, onde se permite uma grande descentralização de tarefas, é caracterizada pelo poder do cérebro, na qual a informação assume o papel de principal recurso econômico. O conhecimento passou a representar um importante diferencial competitivo, para as empresas de serviços contábeis que sabem adquiri-lo, mantê-lo e utilizá-lo de forma eficiente e eficaz. Esse conhecimento passou a gerar o capital intelectual que, às vezes, é bem mais importante que o capital econômico.

Padoveze (2000) diz que o ponto forte da informação contábil é a mensuração econômica das transações. É o processo contábil de atribuir um ou mais valores a todos os eventos que acontecem na empresa e têm significado patrimonial. Tudo será medido em termos de valor monetário. Com isso, a contabilidade consegue reunir e interpretar as transações da empresa sob uma única ótica, que é valor econômico. Todos os dados são traduzidos em expressão monetária, e com isso a contabilidade torna-se um grande sistema de informação, o que a torna o único sistema capaz de mostrar a empresa em sua totalidade.

Mas, para que a informação seja eficiente é necessário que haja uma decisão sobre a aquisição ou construção de um sistema de informações. Para isso exige-se uma série de passos a serem observados. Esses passos envolvem desde a constatação de que chegou o momento da mudança até a avaliação do investimento necessário. É aí que entra o profissional contábil, com seu conhecimento, capaz de identificar quando se faz necessário uma mudança no sistema de informação contábil de uma empresa. A mudança deve ser sempre em busca da qualidade, cujos objetivos estão relacionados com a necessidade de atualização estratégica do sistema de informação em relação à tecnologia de informação e com relação ao custo/benefício que trará a implantação de um sistema novo e atualizado.

Para Sveiby (2000 p.24) “as organizações do conhecimento nos EUA estão crescendo com tanta rapidez que seus números estão ultrapassando o setor de produção”.

A maioria dos funcionários das grandes empresas contábeis são profissionais altamente qualificados, com alto nível de escolaridade, isto é: são trabalhadores do conhecimento. Essas empresas possuem poucos ativos tangíveis, ou seja, seus ativos intangíveis são muito mais valiosos do que seus ativos tangíveis. Por esse motivo é que a gerência deve procurar ver sua organização como se ela fosse formada por estruturas do conhecimento e não de capital, e sua principal tarefa deve ser de supervisão e apoio aos colegas.

O setor de serviços de negócios é um grupo heterogêneo e progressista de pequenas empresas que vendem conhecimento, informações e outros serviços basicamente, para outras empresas incluindo as empresas de serviços contábeis.

O capital intelectual dentro das organizações contábeis é a chave para diferenciar a prática profissional dos contadores da maioria dos colegas e das empresas já existentes, e não somente oferecer bons serviços, mas um serviço diferenciado, baseado no conhecimento do profissional contábil e de sua equipe. Uma forma comum de desenvolver uma especialização é ampliando o conhecimento em torno das necessidades dos clientes, mas sem impedir que o profissional desenvolva alternativas em diversos campos.

Figueiredo e Fabri (2000) de acordo com o esse ponto de vista dizem que o papel da contabilidade não deve restringir-se ao uso privado da informação, pois esse tem uma perspectiva limitada da informação. O enfoque tradicional da educação em contabilidade tem sido o de focalizar os ensinamentos quase que

totalmente nos procedimentos de contabilização dos dados contábeis. O tratamento da contabilidade como uma habilidade, em vez de um corpo de conhecimento, baseia-se na premissa de que a contabilidade é aquilo que os contadores fazem.

A crença nessa afirmação tem causado sérios problemas na formação e na qualificação dos contadores, bem como na qualidade dos trabalhos por eles executados. O objetivo da educação em contabilidade é produzir profissionais eficientes, visando o desenvolvimento de uma consciência profissional voltada para o aprendizado constante como padrões de treinamento, atualização em contabilidade, treinamento em negócio e compromisso social. As informações produzidas pela contabilidade serão utilizadas no processo de planejamento e controle das empresas, sendo para isso necessário conhecer o processo administrativo e ter habilidade de resolver problemas novos, utilizando os conhecimentos adquiridos anteriormente.

A condição de empregabilidade ou a manutenção da competitividade profissional, por meio da especialização e do aprofundamento científico cultural, depende, em grande parte, da capacidade do conhecimento possuído pelo profissional para a otimização do desempenho de sua função. (FIGUEIREDO e FABRI, 2000, p.41).

Para que as empresas de serviços contábeis tenham um diferencial em relação aos seus concorrentes, faz-se necessário, algumas estratégias de atuação no mercado, como por exemplo:

- Escolher um segmento de mercado e definir qual o perfil dos clientes-alvo;
- Tentar diferenciar seus serviços perante os da concorrência;
- Buscar a superação das expectativas e a satisfação dos clientes;
- Ter um alto padrão de atendimento;
- Fornecer amplos serviços aos clientes.

Diante disso, torna-se necessário e imprescindível que as empresas de serviços contábeis tenham um diferencial, que é o capital intelectual. Esse capital intelectual, que é o conhecimento adquirido, deve estar sempre atualizado e fazer parte de toda a equipe, para que seja utilizado em sua totalidade.

Segundo Figueiredo e Fabri (2000) existem algumas maneiras de aumentar serviços prestados aos clientes e tornar os tradicionalmente oferecidos mais úteis e indispensáveis tais como:

- Adequar a apresentação dos demonstrativos contábeis à compreensão e à necessidade do cliente;

- Aconselhá-lo no planejamento das vendas e dos lucros;
- Oferecer, além da demonstração de resultado, algumas outras demonstrações gerenciais;
- Analisar a *performance* do negócio do cliente.

Par que isso se torne eficiente é necessário, mais uma vez, que o profissional contábil tenha um conhecimento capaz de suprir as necessidades dos clientes. O capital intelectual torna-se, sem dúvida, muito importante dentro das empresas de serviços contábeis.

O profissional mal informado ou defasado poderá causar grandes prejuízos a seu cliente, à empresa em que trabalha, assim como a si próprio. Alguns profissionais de contabilidade já começaram a tomar conhecimento da importância da educação continuada para o sucesso de sua prática profissional, e, mesmo nos países onde não é exigido oficialmente como é o caso do Brasil, procuram atualizar-se constantemente. Formando grupos de estudo com colegas, freqüentando cursos de pós-graduação e separando diariamente tempo para leitura e atualização. (FIGUEIREDO e FABRI, 2000, p.88).

A contabilidade é o ramo de conhecimento que se envolve continuamente com julgamentos, interpretações e decisões. Para isso, é necessária atualização, tanto na tecnologia dos processos operacionais, como na execução de novas propostas conceituais, bem como no desenvolvimento de capacidade crítica. Figueiredo e Fabri (2000, p. 88) “Não seria insensato dizer que o conhecimento sobre contabilidade adquirido hoje não terá praticamente valor dentro de cinco anos”

3 METODOLOGIA

A metodologia utilizada neste trabalho é baseada no método dialético, que fundamenta-se na dialética proposta por Diehl e Tatin (2004, p. 50) “é um método de interpretação dinâmica e totalizante da realidade, segundo o qual os fatos não podem ser tomados fora de um contexto social, político ou econômico”. O trabalho proposto possui como característica a pesquisa qualitativa, onde os dados são coletados preferencialmente nos contextos em que os fenômenos são construídos e a análise dos dados é desenvolvida no decorrer do processo de levantamento desses dados.

Este trabalho pesquisou descritivamente como as empresas de serviços contábeis estão investindo no capital intelectual. Em um primeiro momento foi apresentada uma entrevista estruturada com o responsável pela empresa, logo após, foi realizado um questionário descritivo, no qual conteve perguntas abertas e de múltipla escolha. O propósito atingido foi a avaliação dos resultados, onde houve comparação entre as empresas que dão importância ao investimento no capital intelectual das empresas que ainda não começaram a investir.

O procedimento técnico utilizado foi a pesquisa de levantamento, onde foram aplicados questionários, para obter o conhecimento da realidade das empresas de serviços contábeis através de amostragem aleatória simples.

As atividades desenvolveram-se em quatro etapas: primeiramente foi realizada uma pesquisa bibliográfica contendo a opinião de autores com conhecimento na área, logo após foi realizado a coleta de dados nas empresas de serviços contábeis de Santa Maria. Os dados recolhidos na segunda fase foram analisados e interpretados através de dados estatísticos num terceiro momento e por último obteve-se uma redação final com a conclusão do trabalho.

4 DESENVOLVIMENTO DO TRABALHO

Em consulta ao Guia cidade de Santa Maria-RS ano 2006, foram localizadas 108 empresas de serviços contábeis. A partir deste dado, selecionou-se uma amostra de 17 empresas que possuem no mínimo 9 funcionários para melhor delimitar esta amostra e serem analisadas quanto ao investimento, ou não, no capital intelectual. Das selecionadas 3 não responderam ao questionário.

Foram aplicados seis questionários pilotos para uma perfeita formulação do mesmo e adaptação dos itens a serem respondidos. Para uma melhor avaliação dos resultados da pesquisa o questionário compõe-se de três segmentos distintos: motivação, confiança mútua e valorização do conhecimento. Em primeiro lugar foi levantado o perfil das empresas analisadas, onde constam além do número de sócios, o número de funcionários e o sexo dos componentes da equipe. Neste item constatou-se que as maiores empresas de serviços contábeis são formadas por 33 sócios do sexo masculino e 22 sócios do sexo feminino, bem como empregam em seu total 189 funcionários no mercado. Destes, 137 são mulheres e 52 homens.

Ainda no perfil dos escritórios contábeis foram analisados os tipos de clientes para os quais as empresas prestam serviços, onde se verificou que a maioria dos clientes está no ramo do comércio, seguida do ramo de serviços e da indústria. Alguns dos entrevistados ainda prestam serviços às cooperativas, às igrejas e à atividade rural.

A sistemática de trabalho das empresas de serviços contábeis é realizada pelos setores contábil, fiscal e pessoal. Quando questionados com referência a este assunto verificou-se que 43% das empresas de serviços contábeis entrevistadas realizam o setor contábil e o fiscal separadamente e que 57% agregam o setor contábil e o fiscal. Portanto, no setor pessoal a totalidade das empresas contábeis opera com uma equipe específica para este departamento.

A motivação é um fator determinante para o aumento do conhecimento tanto individual quanto coletivo, pois determina o nível de satisfação dos funcionários fazendo com que estes busquem ampliar seus horizontes. Para mensuração dessa motivação, buscou-se avaliar se são ou não, utilizadas metas nos escritórios, as quais estão relacionadas no Quadro 1.

ALTERNATIVAS	FREQUÊNCIA	%
Metas com bônus remunerado e elogios;	4	29
Metas sem bônus remunerado apenas elogios e reconhecimento;	4	29
Metas com bônus remunerado;	3	21
Não possuem metas a atingir;	3	21
Total	14	100

Quadro 1 – Tipos de metas

Conforme resultados acima, 79% dos escritórios contábeis entrevistados, possuem metas a atingir, representando assim um incentivo ao funcionário para que este produza mais e com maior eficiência e fazendo com que o escritório cresça aprimorando o conhecimento do colaborador. Porém, 21% dos escritórios não remuneram as metas conquistadas, mas incentivam o colaborador com elogios e reconhecimento para que este não perca o entusiasmo em atingir as metas. Já 21% dos escritórios entrevistados não possuem metas a serem atingidas.

Outro item sobre motivação avaliado foi o favorecimento das metas a serem atingidas, já que estas podem favorecer não só o funcionário, mas a equipe e a empresa como um todo, conforme Quadro 2.

ALTERNATIVAS	FREQUÊNCIA	%
Favorecem toda equipe;	8	42
O funcionário individualmente;	6	32
Favorecem somente a empresa;	5	26
Total	19	100

Quadro 2 – Favorecimento das metas

Dentre os entrevistados, oito afirmaram que toda a equipe é favorecida quando as metas são atingidas. Houve também seis avaliações afirmando que somente o funcionário é favorecido, sendo que outras cinco indicações afirmam que não há favorecimento nem para a equipe e nem individual. Entretanto, não é possível avaliar com certeza se, ao favorecerem a equipe, a empresa também não será beneficiada.

Além das metas propostas para aumentar a motivação da equipe nas empresas de serviços contábeis são realizadas outras tarefas que aumentam o conhecimento e a integração dos funcionários, melhorando o convívio e a amizade da equipe. Dentre essas tarefas está o treinamento através de cursos pagos pelo escritório que aumentam o conhecimento sem ônus para o funcionário. Também são utilizados cursos motivacionais. Além de ampliarem a motivação, mudam a rotina do trabalho, que cotidianamente provoca muito stress. Nesses cursos há brincadeiras e atividades que aumentam o raciocínio e motivam a união da equipe. A ginástica laboral é outra atividade motivacional e inibidora do stress, pois alivia a tensão e o cansaço, à medida que são realizados alongamentos e massagens com som ambiental, proporcionando o bem estar do funcionário.

Pode ser de grande valia realizar eventos comemorativos junto aos clientes, pois isto faz com que se estabeleça um conhecimento informal, facilitando uma aproximação mais amigável, vale também se fazer comemorações de aniversários e confraternizações do escritório. Outro fator importante para o aumento da motivação é ter um plano de saúde proporcionando mais segurança e assistência aos funcionários. Esses outros fatores motivacionais citados pelas empresas estão relacionados no Quadro 3.

ALTERNATIVAS	FREQUÊNCIA	%
Comemorações de aniversários;	11	29
Treinamentos através de cursos pagos pelo escritório;	9	24
Ginástica laboral;	5	13
Eventos comemorativos do escritório, confraternizações;	5	13
Cursos motivacionais;	4	11
Eventos comemorativos junto aos clientes;	2	5
Plano de saúde;	2	5
Total	38	100

Quadro 3 – Fatores motivacionais

Em relação aos fatores motivacionais avaliados, onze das empresas entrevistadas comemoram o aniversário de seus colaboradores para integrar melhor a equipe. Nove delas pagam cursos aos seus funcionários a fim de que tenham um aumento de conhecimento na área em que estão atuando. Houve também cinco

citações em que há utilização da ginástica laboral para inibir o cansaço da equipe, melhorando assim a saúde dos funcionários. Também das empresas entrevistadas cinco comemoram eventos do escritório para unir toda a empresa. Conforme o Quadro 3, em quatro empresas há a utilização de cursos motivacionais dentro dos escritórios contábeis, que operam com esse método, e como já foi dito colabora para inibir o stress, melhorar o relacionamento da equipe e integrá-la com maior eficiência, refletindo-se na produção e nos resultados que é o principal foco da empresa. E com apenas duas indicações aparecem como itens motivadores os eventos comemorativos junto aos clientes, bem como o plano de saúde para os funcionários.

Também dentro do item motivação está a política salarial, que as empresas de serviços contábeis oferecem aos funcionários, uma vez que esta é de grande importância motivacional para aqueles que querem fazer um plano de carreira no escritório e aumentar a renda familiar. Para que esta informação fosse obtida perguntou-se “do que depende o aumento salarial de seus funcionários?”, e obteve-se as respostas descritas no Quadro 4.

ALTERNATIVAS	FREQUÊNCIA	%
Depende da produção;	11	32
Depende do dissídio da categoria;	7	20
Depende do conhecimento;	6	18
Depende do crescimento dentro do estabelecimento;	6	18
Depende do tempo de serviço dentro da empresa;	4	12
Total	34	100

Quadro 4 – Política salarial

De acordo com o quadro, em onze empresas entrevistadas o aumento salarial depende da produção, pois com o acréscimo da produtividade a empresa obtém um maior retorno e repassa uma parte para o funcionário. Outra maneira de aumento salarial é através do dissídio da categoria que é utilizado em sete das empresas entrevistadas. Pode também o aumento salarial depender do conhecimento adquirido pelo colaborador em seis das empresas entrevistadas. Igualmente com seis indicações o aumento salarial depende do crescimento do funcionário dentro do estabelecimento. Por último, com quatro citações, aparece o tempo de serviço que o

funcionário tem dentro do escritório, como um requisito a mais para o aumento salarial.

Quando perguntados sobre a hipótese de um funcionário receber uma proposta melhor de salário, foi constatado que 64% das empresas entrevistadas analisam em primeiro lugar o perfil do funcionário. Se este for merecedor de um aumento salarial e for de grande importância para a empresa por já possuir um grande conhecimento do serviço, fazem-lhe uma contra proposta e este decide se aceita ou não. E em 36% das empresas não são feitas propostas ao funcionário, pois preferem obedecer à política já existente e não fazer concorrência salarial.

O cargo de gerente é sempre almejado por alguns colaboradores, que sentem-se atraídos por gerenciar a empresa em que atuam e vê-la crescer com a sua colaboração. Para que isso ocorra alguns requisitos foram destacados pelos entrevistados, de acordo com o quadro a seguir.

ALTERNATIVAS	FREQUÊNCIA	%
Ter espírito de liderança;	8	33
Ter grande conhecimento em todas as áreas;	7	29
Ter grande conhecimento administrativo;	4	17
A gerência é exercida somente pelos sócios;	4	17
Podem chegar somente a coordenador de equipe;	1	4
É difícil um funcionário chegar a esse cargo;	0	0
Total	24	100

Quadro 5 – Requisitos para o cargo de gerente

A maioria das empresas de serviços contábeis oferecem a possibilidade de um funcionário chegar ao cargo de gerente. O principal item para que isso seja alcançado é ter espírito de liderança e foi comprovado em oito dos escritórios entrevistados. Em seguida é preciso ter grande conhecimento em todas as áreas relacionadas à profissão contábil para obter esse cargo, pois esta alternativa foi citada em sete das entrevistadas. Com quatro indicações aparece como item fundamental à obtenção desse cargo ter grande conhecimento administrativo e também com quatro, foi constatado que a gerência dos escritórios é exercida somente pelos sócios da empresa. Com apenas com uma frequência um funcionário não pode chegar a esse cargo, mas apenas a coordenador de equipe. Em nenhum

dos escritórios entrevistados foi citada a alternativa de que é difícil um funcionário chegar ao cargo de gerente pois todos dão oportunidade para o colaborador crescer dentro do estabelecimento.

Na segunda parte do questionário foi analisada a confiança mútua que existe entre os membros da equipe e entre as equipes, pois para que a empresa prospere, ela precisa criar um conjunto de qualificações para desempenhar a aprendizagem e o uso do conhecimento. Para isso é importante estimular o funcionário a compartilhar o conhecimento adquirido com seus colegas de maneira que todos possam crescer.

Para que não haja inibição durante a troca de conhecimento é necessário construir um relacionamento de confiança entre os membros da equipe, para que o conhecimento seja compartilhado. Neste sentido, analisou-se conforme pergunta 1 da segunda etapa do questionário apêndice I se existe a troca de conhecimento entre os componentes da equipe e foi verificado que em 64% das empresas entrevistadas existem treinamentos para esta troca de conhecimento. Em 29% existem encontros e reuniões semanais e em 7% o conhecimento é compartilhado apenas com encontros e reuniões mensais. Portanto em nenhum escritório entrevistado este procedimento é ignorado ou desprezado.

Outro inibidor da confiança é a competitividade, pois esta faz com que funcionários não queiram compartilhar seu conhecimento, visando se destacarem da equipe e conquistarem melhores cargos. Conclui-se que isso não está ocorrendo dentro das empresas de serviços contábeis, pois quando perguntadas quanto à competitividade percebeu-se que em 50% das empresas apesar da competitividade, há troca de auxílio entre os colegas. A equipe compartilha conhecimento auxiliando a todos e fazendo com que o conhecimento adquirido seja disseminado. Em 50% das empresas não há competitividade, portanto há troca de conhecimento entre os membros das equipes sem o medo de ensinar o colega para que este desenvolva seu potencial.

Para os clientes das empresas de serviços contábeis é de fundamental importância que os impostos sejam calculados corretamente. Para os escritórios também é muito importante que isso ocorra, pois caso contrário podem trazer prejuízos se forem erroneamente calculados, acarretando multas e trazendo outros prejuízos, como a perda da clientela e da credibilidade da empresa. Neste caso, muitos funcionários sentem-se inseguros quando percebem que houve um erro de

cálculo dos impostos, sabedores que são de que algumas empresas chegam até a demitir o funcionário caso este venha a cometer mais de um erro. Quando passou-se o questionário referente à pergunta: “quando um erro referente a imposto é constatado, acarretando multas, como estas são pagas, como esse erro é corrigido e quais as providências são tomadas para que este não ocorra novamente?” As respostas foram as seguintes:

ALTERNATIVAS	FREQUÊNCIA	%
O escritório paga todas as multas;	8	30
A equipe é responsável por averiguar o erro e fazer com que ele não se repita;	7	26
Há uma advertência verbal;	4	15
O funcionário paga 50% e o escritório 50%;	4	15
O funcionário é demitido caso o erro se repita várias vezes;	3	11
O funcionário paga todas as multas;	1	3
Total	27	100

Quadro 6 – responsabilidade do erro de cálculo de impostos

De acordo com as respostas foi constatado que em oito das empresas analisadas as multas são pagas somente pelo escritório, que arca com todos os prejuízos. Em sete das empresas entrevistadas, a equipe fica responsável por averiguar o erro para que este não se repita. Com uma frequência de quatro, o funcionário recebe uma advertência verbal para que seja mais responsável e que seu trabalho seja confiável. Também com quatro de frequência o valor da multa é dividido entre o funcionário e o escritório, dividindo assim o prejuízo. Em três das empresas entrevistadas é adotada uma política mais rígida, onde não se toleram o mesmo erro demitindo o funcionário caso isto ocorra. Em apenas uma das entrevistadas, o funcionário arca com todas as multas.

Na terceira fase do questionário foi ressaltada a valorização do conhecimento, que é uma fase de grande importância, onde valorizar o capital humano é fundamental para a competitividade empresarial e onde os colaboradores são os principais responsáveis pelo desenvolvimento das empresas. As empresas de serviços contábeis que buscam sucesso e continuidade dos serviços precisam

investir na sua equipe visando aumentar seu potencial. Existem diversas maneiras de aumentar o conhecimento de uma equipe. Uma delas pode ser, além da disponibilização de livros e revistas atualizadas, um horário alternativo durante o expediente para que os colaboradores possam estudar e trocar idéias sobre todas as mudanças que ocorrem na profissão contábil. Diante disso foi questionado se é dispensado algum tempo para estudo e aperfeiçoamento da equipe e ficou constatado que em 36 % dos escritórios é dispensada uma hora por dia de estudos referente à área em que atua cada funcionário, em 29 % são disponibilizadas duas horas semanais, com 21% quando for necessário estudar sobre algo novo e com 7% apenas uma hora semanal sendo que também com 7% não disponibilizam horas de estudo no horário de expediente.

Sabe-se que é de fundamental importância que sejam feitos cursos de atualização na área contábil. Isso foi comprovado em 100% das empresas entrevistadas, por haver uma melhoria da qualidade do serviço, da disseminação do conhecimento e, conseqüentemente, da satisfação do cliente. Esses cursos são feitos através do CRC (Conselho Regional de Contabilidade), Repartições Fiscais, IOB (Informações Objetivas Publicações Jurídicas Ltda), Informare, Fisconet, cursos de software utilizados em cada escritório e seminários nas universidades locais. Geralmente esses cursos são disponibilizados pelo escritório aos funcionários na respectiva área de atuação.

Apesar do reconhecimento da necessidade de realização de cursos para atualização do conhecimento, a pesquisa apurou que 36% dos entrevistados apresentam deficiência de conhecimento na área fiscal, assim como outros 29% na área tributária e de pessoal. Com relação à área gerencial, 14% demonstraram alguma deficiência e apenas 7% citaram outras áreas diversas, como exemplo a informática.

Todas as empresas de serviços contábeis utilizam pelo menos um *software* específico da área contábil, fazendo com que a rapidez da entrega dos relatórios seja surpreendente e que a incidência de erros seja bem menor, facilitando muito o trabalho dos contadores. Os *softwares* mais utilizados no mercado são *Prosoft Windows, Domínium, Prosoft Dos, Easi Soft*.

Houve um avanço considerável no conhecimento dos colaboradores dos escritórios de serviços contábeis de Santa Maria, em relação a anos anteriores, pois, antigamente, muitos funcionários não necessitavam ter cursos profissionalizantes da

área contábil e aprendiam somente na prática. Hoje, quando as empresas foram perguntadas em relação a isso, todas elas responderam que seus funcionários ou possuem cursos técnicos, ou estão cursando nível superior na área contábil. Além do curso contábil existem em alguns escritórios colaboradores com especializações em áreas diversas tais como: administração, direito, arquivologia, economia, psicologia e engenharia.

Para ganhar a concorrência, as empresas de serviços contábeis julgam importante ter um relacionamento de confiança com o cliente, ajudar na administração do negócio, oferecer os serviços com rapidez, qualidade e credibilidade. Nessas empresas outro fator importante é oferecer um serviço diferenciado o qual foi constatado em 79% das empresas de acordo com o quadro a seguir. Os outros 21% não oferecem este serviço.

ALTERNATIVAS	FREQUÊNCIA	%
Assessoria e Contabilidade Gerencial;	8	44
Reuniões mensais com entrega de relatórios;	4	22
Auditoria;	3	17
Não citaram;	2	12
Análise Tributária;	1	5
Total	18	100

Quadro 7 – serviços diferenciados

Dentre os serviços diferenciados, destacam-se a assessoria e a contabilidade gerencial, que as empresas de serviços contábeis oferecem aos seus clientes paralelamente à contabilidade com 44% de frequência; com 22% estão as reuniões mensais com a entrega de relatórios gerenciais; já com 17% de frequência está a auditoria como um serviço diferenciado que as empresas prestam a seus clientes, este é extremamente importante às empresas, pois ele representa a certeza de que não há erros; das empresas que prestam serviço diferenciado apenas 12% delas não citaram o tipo de serviço oferecido; e com apenas 5% está o serviço de análise tributária como um diferencial das empresas prestadoras de serviços contábeis.

5 CONCLUSÃO

A realização desta pesquisa permitiu concluir que as maiores empresas de serviços contábeis de Santa Maria, possuem em seu perfil um quadro funcional predominante do sexo feminino, e que em sua maioria são formadas por sócios do sexo masculino, reforçando que as mulheres, geralmente não exercem cargos de chefia. Apesar disso, através da qualificação profissional e do conhecimento adquirido ao longo dos anos estão conquistando o mercado de trabalho.

A sistemática de trabalho utilizada nas empresas contábeis de Santa Maria, influi no conhecimento adquirido pela equipe, uma vez que funcionários encarregados apenas da contabilidade ou apenas do setor fiscal, apresentam uma maior dificuldade de conhecer plenamente a empresa e ter principalmente um conhecimento mais aprofundado nestas áreas, já que acabam se especializando em apenas um setor. Já as empresas que fazem o setor fiscal e contábil juntos possibilitam ao funcionário uma maior aprendizagem de ambas as áreas, um maior conhecimento da empresa para a qual o funcionário dedica seus serviços e um maior contato com o cliente.

Também a motivação da equipe realmente influencia, tanto na produção como no crescimento intelectual de cada funcionário. As empresas que utilizam como um item motivacional as metas a serem atingidas, e principalmente aquelas que remuneram para que esse resultado ocorra, são as mais conceituadas no mercado, pois junto com o crescimento de cada colaborador vem o crescimento da equipe e da organização como um todo. Apesar do plano de saúde trazer grandes benefícios e ser mais um incentivo à motivação, poucas das empresas entrevistadas oferecem este benefício a seus colaboradores. Também são poucas as que realizam a ginástica laboral para amenizar a rotina de trabalho, porém muitas delas mostraram ter interesse em oferecer estes serviços aos seus colaboradores. Outro item citado foi a realização de cursos motivacionais pelo menos uma vez por mês, para incentivar a equipe.

Em se tratando de política salarial, dentro da motivação, foi possível constatar que as empresas mais conceituadas da cidade, são aquelas que possuem um plano de carreira e que consideram o conhecimento como um aspecto fundamental para que o funcionário obtenha um aumento em seu salário. Isso faz com que seja

despertada a vontade de aprender e se especializar, pois funcionários que aprimoram seu conhecimento produzem mais, com maior eficiência comprovando a segunda hipótese do trabalho. Para essas organizações é importante que o funcionário além de produzir, ofereça um conhecimento diferenciado para poder disseminá-lo dentro da empresa.

Para exercer o cargo de gerente a qualidade mais observada em um colaborador é o espírito de liderança, pois quando questionado sobre este aspecto, a maioria respondeu que não basta um funcionário ter somente o conhecimento, se não souber liderar a equipe e fazer com que a empresa produza da melhor maneira.

Na segunda parte do instrumento de pesquisa, referente à confiança mútua, conclui-se que a troca do conhecimento é importantíssima para o crescimento das organizações contábeis e que para que isso ocorra o funcionário deve ter consciência desta necessidade. Já que em todas as empresas entrevistadas os funcionários trocam conhecimento de alguma maneira, mesmo aqueles que deixam transparecer a competitividade não se negam a auxiliar os colegas e repassam aquilo que aprenderam. Em relação às multas ocasionadas por erro no cálculo de impostos, observou-se que as principais empresas contábeis dão preferência em arcar com todas as despesas deste erro, para não correrem o risco de perderem os clientes. Contudo, preferem investir em cursos de atualização na área fiscal para que esses erros sejam evitados e não seja preciso corrigi-los.

A grande maioria das empresas de serviços contábeis disponibilizam aos funcionários, dentro do horário de expediente, algumas horas de estudo para que traga um crescimento intelectual para a empresa. Também dentre as entrevistadas todas tem acesso a um programa de informática específico, e freqüentam cursos de atualização disponíveis no mercado, confirmando a quarta hipótese desta pesquisa.

Por fim, quando foi solicitado para que os entrevistados expusessem o seu entendimento sobre capital intelectual, a maioria apresentou uma noção do real conceito e souberam dizer que “o valor de sua empresa depende do conhecimento agregado por toda sua equipe”. Porém, segundo a revisão bibliográfica pesquisada, ficou comprovado que a contabilidade não possui um sistema de mensuração eficiente para avaliar o capital intelectual das empresas, apenas tentativas de mensuração comprovando a terceira hipótese deste trabalho.

Esta pesquisa nos proporcionou ciência de que algumas empresas estão investindo no capital intelectual, pois muitas delas se preocupam com o

conhecimento adquirido por seus colaboradores e estão dispostas a disponibilizar recursos para que isso ocorra, pois empresas contábeis com dificuldade de investimento no conhecimento do quadro funcional estão perdendo sua clientela, comprovando a primeira hipótese desta pesquisa. Estas empresas, que investem em capital intelectual, têm como objetivo principal se destacar e obter reconhecimento pela qualidade de seus serviços.

6 REFERÊNCIAS

ANTUNES, Maria Tereza Pompa. **Capital intelectual**. Atlas, 2000.

DAVENPORT, Thomas H.; PRUSAK, Laurence. **Conhecimento empresarial**. 6. ed. Campus, 1998.

DIBELLA, Anthony J.; NEVIS, Edwin C. **Como as organizações aprendem**. Educator, 1999.

DRUCKER, Peter F. **A organização do futuro**. 2. ed. Futura, 1997.

EDVINSSON, Leif; MALONE, Michael S. **Capital intelectual**. Makron Books, 1998.

FALCONI. **O valor dos recursos humanos na era do conhecimento**. 7. ed. EDG, 1995.

FIGUEIREDO, Sandra; FABRI, Pedro Ernesto. **Gestão de empresas contábeis**. Atlas, 2000.

IUDÍCIBUS, Sérgio de; MARTINS, Eliseu; GELBCKE, Ernesto Rubens. **Manual de contabilidade das sociedades por ações**. 6. ed. 2003.

LOPES, João Francisco. **Capital intelectual**. Itapetininga, 2001.

MELLANDER, Klas. **O poder da aprendizagem**. São Paulo: Cultrix, 1993.

MOREIRA, Dirceu. **A potencialização do capital humano**. Makron Books, 1999.

PADOVEZE, Clóvis Luís. **Sistemas de informações contábeis**. 2. ed. Atlas, 2000.

STEWART, Thomas A . **Capital intelectual**. 4. ed. Campus, 1998.

SVEIBY, Karl Erik. **A nova riqueza das organizações**. Campus, 1998.

APÊNDICE

APÊNDICE A – Questionário sobre o capital intelectual

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA MARIA
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS
CCSH

“INVESTIR NO CONHECIMENTO DA EQUIPE É A BASE PARA O CRESCIMENTO DE TODA A EMPRESA”

QUESTIONÁRIO SOBRE O CAPITAL INTELECTUAL NAS EMPRESAS DE SERVIÇOS CONTÁBEIS DE SANTA MARIA -RS

PERFIL DA EMPRESA ENTREVISTADA:

Razão Social: _____

Responsável: _____ Sexo _____

Quantos Sócios: _____ Sexos _____

Quantos funcionários: _____ Sexos _____

Tipos clientes:

Serviços: _____ Comércio: _____ Indústria: _____

Outros: Quais: _____

Sistemática de Trabalho:

Equipe Fiscal/ Contábil Juntos

Equipe Fiscal/ Contábil Separados

QUESTIONÁRIO:

1. MOTIVAÇÃO:

1.1 Sua equipe tem metas a atingir? De que tipo?

Atingimento de metas com bônus remunerado;

Atingimento de metas sem bônus remunerado, apenas com elogios e reconhecimento;

Atingimento de metas com bônus remunerado e elogios;

Não tem metas a atingir;

Outros tipos de metas; Quais? _____

1.2 Se existirem metas, elas favorecem:

Ao funcionário individualmente;

Favorecem toda a equipe;

Favorecem a empresa;

1.3 O que mais é feito para aumentar a motivação da equipe?

Treinamentos através de cursos pagos pelo escritório;

Cursos motivacionais;

Eventos comemorativos junto aos clientes;

Ginástica laboral;

Comemorações de aniversários;

- () Eventos comemorativos do escritório, confraternizações.
- 1.4 O aumento salarial de seus funcionários depende do que?
- () Depende da produção;
 - () Depende do conhecimento;
 - () Depende do tempo de serviço dentro da empresa;
 - () Depende do crescimento dentro do estabelecimento;
 - () Depende do dissídio da categoria.
- 1.5 Se um funcionário receber uma proposta melhor de salário o que é feito?
- 1.6 O que é necessário para um funcionário chegar ao cargo de gerente?
- () Ter grande conhecimento administrativo;
 - () Ter grande conhecimento em todas as áreas;
 - () Ter espírito de liderança;
 - () A gerência é exercida somente pelos sócios;
 - () Os funcionários podem chegar somente a coordenador de equipe;
 - () É difícil um funcionário chegar a esse cargo.

2. CONFIANÇA MÚTUA:

- 2.1 Existe a troca de conhecimento entre os componentes da equipe? De que forma?
- () Sim, com treinamentos para troca de conhecimento;
 - () Sim, com encontros e reuniões semanais;
 - () Sim, com encontros e reuniões mensais;
 - () Não existe troca de conhecimento.
- 2.2 Entre os funcionários de sua equipe é percebida a presença de competitividade? De que forma?
- () Sim, competitividade no sentido de se destacar, sem deixar de auxiliar os colegas;
 - () Sim, competitividade no sentido de somente se destacar dos outros funcionários;
 - () Não há competitividade, todos trocam conhecimento para toda a equipe crescer;
- 2.3 Quando um erro referente a imposto é constatado, acarretando multas, como estas são pagas, como esse erro é corrigido e quais providências são tomadas para que ele não ocorra novamente?
- () O funcionário paga todas as multas;
 - () O funcionário paga 50% e o escritório 50%;
 - () O escritório paga todas as multas;
 - () A equipe é responsável por averiguar o erro e fazer com que ele não se repita;
 - () Há uma advertência verbal;
 - () O funcionário é demitido caso o erro se repita várias vezes;

3. VALORIZAÇÃO DO CONHECIMENTO:

3.1 É dispensado algum tempo para estudo e aperfeiçoamento da equipe? Quanto tempo?

3.2 Qual a importância em fazer cursos de atualização referente à área contábil?

3.3 A sua equipe frequenta cursos de aperfeiçoamento disponíveis no mercado? Quais?

3.4 Em qual área é necessário fazer um maior aperfeiçoamento?

3.5 Vocês usam algum tipo de software específico? Qual?

3.6 Toda a sua equipe frequentou cursos profissionalizantes na área contábil?

3.7 Existe algum profissional de outra área em sua equipe? Quais?

3.8 Por quantos contadores é formada sua equipe?

3.9 O que você julga importante para ganhar a concorrência?

3.10 Existe um serviço diferenciado para oferecer a seus clientes? Qual?

3.11 O que entende por Capital intelectual?

SANTA MARIA/ JULHO/2006.