

As considerações e comentários acerca do capital intelectual

Rodney Wernke*
Marluce Lembeck**
Antonio C. Borna***

Resumo

O capital intelectual vem despertando a atenção de contadores, administradores, economistas e investidores, em função do seu poder de elevação do valor de mercado das empresas que detêm ativos assim classificáveis. Por outro lado, ainda há muita controvérsia acerca do assunto, ocasionando dúvidas e dificuldades de entendimento por parte dos interessados em avaliá-los, principalmente pela sua característica principal que é a intangibilidade. Em função disso, o artigo enfoca o capital intelectual, apresentando conceitos, comentando sua importância no ambiente econômico atual, mostrando casos de empresas que têm programas específicos para desenvolver o capital intelectual, comentando sobre os modelos de avaliação, e finaliza abordando o aspecto contábil.

Palavras-chave: capital intelectual; capital humano; ativos intangíveis.

Abstract

The capital intellect has been awakening the attention of administrators, economists and investors due to its power of raising the company market value that keeps assets classified. On the other hand, there is still much controversy on the subject, causing doubts and difficulty in understanding, mainly because of its main characteristic - intangibility. Based on such a matter the article focuses on capital intellect, presenting concepts, commenting its importance in the current economical environment, showing case-studies where companies have specific programs to develop capital intellect, commenting on evaluating models and ends approaching accounting aspects.

Key-words: capital intellect; capital human; intangible assets.

* Contador, Doutor em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Professor no curso de Administração da UNISUL. E-mail: rodneyw@unisul.br

** Contadora, Especialista em Contabilidade Gerencial/UNISUL. Professora no curso de Ciências Contábeis/UNISUL.

*** Engenheiro Mecânico, Doutor em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC). Professor no Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção da UFSC.

Prolegômenos

O atual estágio da economia internacional, combinado com as novas tecnologias desenvolvidas principalmente nas áreas de comunicação e informática, vem demandando de todos os setores produtivos e administrativos das empresas contínuas adaptações em sua estrutura organizacional, a fim de acompanharem a agilidade dos processos e das solicitações dos clientes. Com isso, emergem os ativos intangíveis da organização, pois são cada vez mais requeridas capacidades de criar, de multiplicar e de utilizar de forma eficaz conhecimentos e habilidades.

A importância que os ativos intangíveis vêm ganhando nos últimos tempos é notória. A atenção dirigida a eles é amplamente merecida, tendo em vista que as organizações e os negócios estão se redefinindo em termos de formatos e meios de transações comerciais. Fatores como imagem, reputação, tecnologias informacionais, carteira de clientes, flexibilidade operacional, canais de distribuição, domínio de conhecimentos, marcas, patentes etc. passam a ser importantes.

Em função disso, vem a lume o capital intelectual, enfocado neste artigo. Por intermédio de extensa revisão da literatura, neste trabalho discute-se acerca do referido tema. Inicialmente é efetuada uma contextualização enfocando aspectos relacionados com a influência deste ativo intangível no ambiente empresarial atual. Posteriormente são apresentados diversos conceitos de capital intelectual, são relacionados casos de empresas que utilizam programas formais para fomentar este ativo intangível e finaliza-se abordando a sua relação com a contabilidade.

1 Capital intelectual

Para Lopes de Sá (2000, p. 39) o patrimônio imaterial das empresas é um resultado do aumento de funções do próprio capital material e dos agentes que sobre o mesmo atuam para dinamizá-lo e aumentar-lhe a capacidade de utilidade ou eficácia. Por efeito do funcionamento dos capitais e da influência de seus entornos, elementos imateriais, incorpóreos ou intangíveis tendem a formar-se nas empresas. Podem, tais fatores, ser adquiridos ou intencionalmente constituídos, mas possuirão, habitualmente, como característica o poder de uma utilidade que dimana do que não se espelha fisicamente e cuja expressão é muitas vezes incerta e, no sistema demonstrativo contábil tradicional, quase sempre oculta.

Johnson e Kaplan (1993, p.30) salientam que o valor econômico de uma companhia não é limitado à soma dos valores de seus ativos tangíveis, pois inclui o valor de seus ativos considerados intangíveis.

Masi apud Lopes de Sá (2000, p.39) preceitua que o capital da empresa não representa apenas um agregado de elementos autônomos, variáveis por acréscimo ou redução, mas, sim, manifesta-se como um complexo econômico determinado em função não somente dos seus elementos constitutivos, mas também das relações que são de natureza complementar e que se agregam às funções instrumentais.

Booth (1998, p.27) corrobora tais assertivas mencionando que, financeiramente, a principal característica da economia de mercado atual é que a soma dos custos de uma companhia (incluído o custo de capital) não é necessariamente equivalente ao preço de mercado de suas ações.

Tal autor acentua, ainda, que a diferença entre os preços de mercado das companhias e o custo dos seus ativos cresce substancialmente ano a ano. A discrepância existente entre o valor de mercado da empresa, os ativos contabilizados e a estimativa de reposição desses ativos vem ilustrada na tabela 1.

de clientes, à motivação e comprometimento dos empregados, ou seja, constitui-se no capital intelectual da companhia.

A próxima seção apresenta considerações acerca de definições e características relacionados com o capital intelectual.

TABELA 1- VALOR DE MERCADO, ATIVOS CONTABILIZADOS E CUSTO DE REPOSIÇÃO ESTIMADO

EMPRESA	(US\$ BILHÕES)			VALOR CULT ⁽¹⁾ (%)
	Valor de Ativos Mercado	Ativos Líquidos	Custo Reposição Estimado	
Coca-Cola	148	6	15	90
Microsoft	119	7	18	85
Intel	113	17	43	62
General Electric	169	31	77	54
Exxon	125	43	107	14

FONT: BOOTH (1998)

(1) Diferença percentual entre o valor do custo de reposição estimado do ativo e o valor de mercado (exemplo: Coca-Cola: $1 - (15/148) = 90\%$ arredondado).

Resta evidente pelo exposto na tabela 1 que o valor contábil registrado é totalmente distinto daquele que o mercado assume valerem tais companhias. Neste sentido, Stewart (1998, p.51) pugna que, quando o mercado de ações avalia empresas em três, quatro ou dez vezes mais que o valor contábil de seus ativos, está contando uma verdade simples, porém profunda: os ativos físicos de uma empresa baseada no conhecimento contribuem muito menos para o valor de seu produto (ou serviço) final do que os ativos intangíveis (os talentos de seus funcionários, a eficácia de seus sistemas gerenciais, o caráter de seus relacionamentos com os clientes, que juntos formam seu capital intelectual).

Tal diferença, segundo Batocchio e Biagio (1999, p.10), está vinculada à capacidade inovadora da empresa, ao número de patentes de propriedade da empresa, à marca, à carteira

2 Definições e características

Historicamente, segundo Antunes (2000, p. 77), estudos foram desenvolvidos inicialmente em torno de um dos elementos que compõem o capital intelectual: o capital humano. Alguns economistas, a partir do século XV, já investiram esforços para encontrar uma forma de atribuir valor monetário ao ser humano, tendo tais pesquisas um caráter econômico de estimar perdas com as guerras e com as migrações. Entretanto, foi só recentemente que o conceito de recursos humanos como capital tomou vulto, por meio dos trabalhos desenvolvidos pelos economistas T.W. Schultz e Gary Becker, e, na área contábil por Eric Flamholtz, Roger Hermanson, Lee Brumet, entre outros.

Talvez um marco nesta abordagem de valorização do conhecimento tenha sido Peter Drucker e seu livro *Sociedade pós-capitalista*, onde pregou o fim da era industrial e o início da era do conhecimento, estabelecendo assim um completo rompimento com os diagnósticos dos desempenhos industriais vinculados exclusivamente ao capital financeiro, surgindo daí a necessidade de mensurar-se o capital intelectual e sua influência no desempenho desta empresa. Drucker (1998, p.161) enfatiza que

na sociedade do conhecimento, o verdadeiro investimento se dá cada vez menos em máquinas e ferramentas e mais no conhecimento do trabalhador. Sem este conhecimento, as máquinas são improdutivas, por mais avançadas e sofisticadas que sejam.

Dentre diversos conceitos existentes sobre capital intelectual, percebe-se que, mesmo se distinguindo em alguns pontos, ambos apresentam conteúdo assemelhado.

Stewart (1998, p.XIII) diz que o capital intelectual é a soma do conhecimento de todos em uma empresa, o que lhe proporciona vantagem competitiva. Ao contrário dos ativos, com os quais empresários e contadores estão familiarizados – propriedade, fábricas, equipamento, dinheiro –, o capital intelectual é intangível. É, por exemplo, o conhecimento da força de trabalho: o treinamento e a intuição de uma equipe de químicos que descobre uma nova droga de bilhões de dólares ou o *know-how* de trabalhadores que apresentam milhares de formas diferentes de melhorar a eficácia de uma indústria.

Xavier, apud Marçula (1999, p.5), define capital intelectual como o conjunto dos conhecimentos e informações possuídos por uma pessoa ou instituição e colocados ativamente a serviço da realização de objetivos econômicos.

Brooking (1996, p.12) conceitua capital intelectual como uma combinação de ativos intangíveis, oriundos das mudanças nas áreas da tecnologia da informação, mídia e comunicação, que trazem benefícios intangíveis para as empresas e que capacitam seu funcionamento.

Edvinsson e Malone (1998, p.9) utilizam uma metáfora para conceituar o capital intelectual. Comparam a empresa a uma árvore, considerando a parte visível (tronco, galhos e folhas) como a que está descrita em organogramas, nas demonstrações contábeis e em outros documentos, e a parte que se encontra abaixo da superfície, no sistema de

raízes, capital intelectual, que são os fatores dinâmicos ocultos que embasam a empresa visível formada por edifícios e produtos.

Edvinsson, apud Almeida e Hajj (1997, p.78), menciona que o capital intelectual envolve basicamente três questões:

- 1) o valor do capital intelectual excede, por muitas vezes, o valor dos ativos que constam no balanço;
- 2) o capital intelectual é a matéria-prima da qual os resultados financeiros são feitos: resultados financeiros derivam da matéria-prima do capital intelectual;
- 3) diretores e gerentes têm que distinguir dois tipos de capital intelectual, chamados de capital humano e capital estrutural. Esta distinção é crucial. O capital humano importa por ser a fonte de inovações e renovações. O crescimento do capital humano – por meio da contratação, treinamento e educação – é uma “mala vazia” se não puder ser explorado. Isto requer uma estrutura de ativo intelectual, tal como um sistema de informação, conhecimento de canais de mercado, relacionamento com clientes, e um foco gerencial para tornar o *know-how* individual uma propriedade do grupo.

Edvinsson defende, ainda, que o capital estrutural coloca novas idéias para trabalhar e pode ser usado várias vezes para criar valor. Ele pode ampliar o valor do capital humano ordenando os recursos da corporação, a lista de clientes e os talentos de outros departamentos para sustentar e apoiar a nova idéia.

Duffy (2000, p.73) menciona que os conceitos de capital humano e capital intelectual estão intimamente relacionados e são facilmente

confundidos. O capital intelectual é mais amplo e abrange os conhecimentos acumulados de uma empresa relativos a pessoas, metodologias, patentes, projetos e relacionamentos. O capital humano é um subgrupo de tal conceito. Visando facultar o entendimento, apresenta as seguintes definições:

- a) capital intelectual: soma de capital estrutural e humano, indica capacidade de ganhos futuros de um ponto de vista humano. Capacidade de criar continuamente e proporcionar valor de qualidade superior;
- b) capital humano: valor acumulado de investimentos em treinamento, competência e futuro de um funcionário. Também pode ser descrito como competência do funcionário, capacidade de relacionamento e valores;
- c) capital estrutural: o valor do que é deixado na empresa quando os funcionários – capital humano – vão para casa. Exemplos: bases de dados, lista de clientes, manuais, marcas e estruturas organizacionais;
- d) capital organizacional: competência sistematizada e em pacotes, além de sistemas de alavancagem dos pontos fortes inovadores da empresa e da capacidade organizacional de criar valor. Compreende capital de processo, cultura e inovação;
- e) capital de inovação: força de renovação de uma empresa, expressa como propriedade intelectual, que é protegida por direitos comerciais, e outros ativos e valores intangíveis, como conhecimentos, receitas e segredos de negócios;

- f) capital de processo: os processos combinados de criação de valor e de não-criação de valor.

Booth (1998, p.27) estrutura o capital intelectual conforme a figura 1. Inicialmente faz a distinção entre os investimentos reconhecidos contabilmente através do balanço patrimonial (em sua maioria investimentos tangíveis) e os investimentos intangíveis denominando-os de capital intelectual. Os investimentos intangíveis são segregados em ativos relacionados com pessoas (capital humano) e os que não são. Os ativos humanos são constituídos por fatores como habilidades, atitudes e competências para resolução de problemas ou liderança. Por outro lado, os ativos “não-humanos” referem-se ao mercado (abrangendo itens como reputação, relacionamento com consumidores, canais de distribuição etc.), conhecimento (tácito ou codificado), infra-estrutura (como por exemplo processos e base de dados possuída) e propriedades (como patentes e marcas comerciais).

Algumas companhias há muito tempo vêm se preocupando em desenvolver seu capital intelectual, conforme focado na seqüência.

3 Métodos para fomentar o capital intelectual

A literatura registra que importantes empresas no âmbito mundial mantêm programas formais que buscam estimular ou desenvolver o seu capital intelectual, quer internamente, através de aumento de conhecimentos de seus funcionários, quer externamente, através do relacionamento com clientes e outras formas.

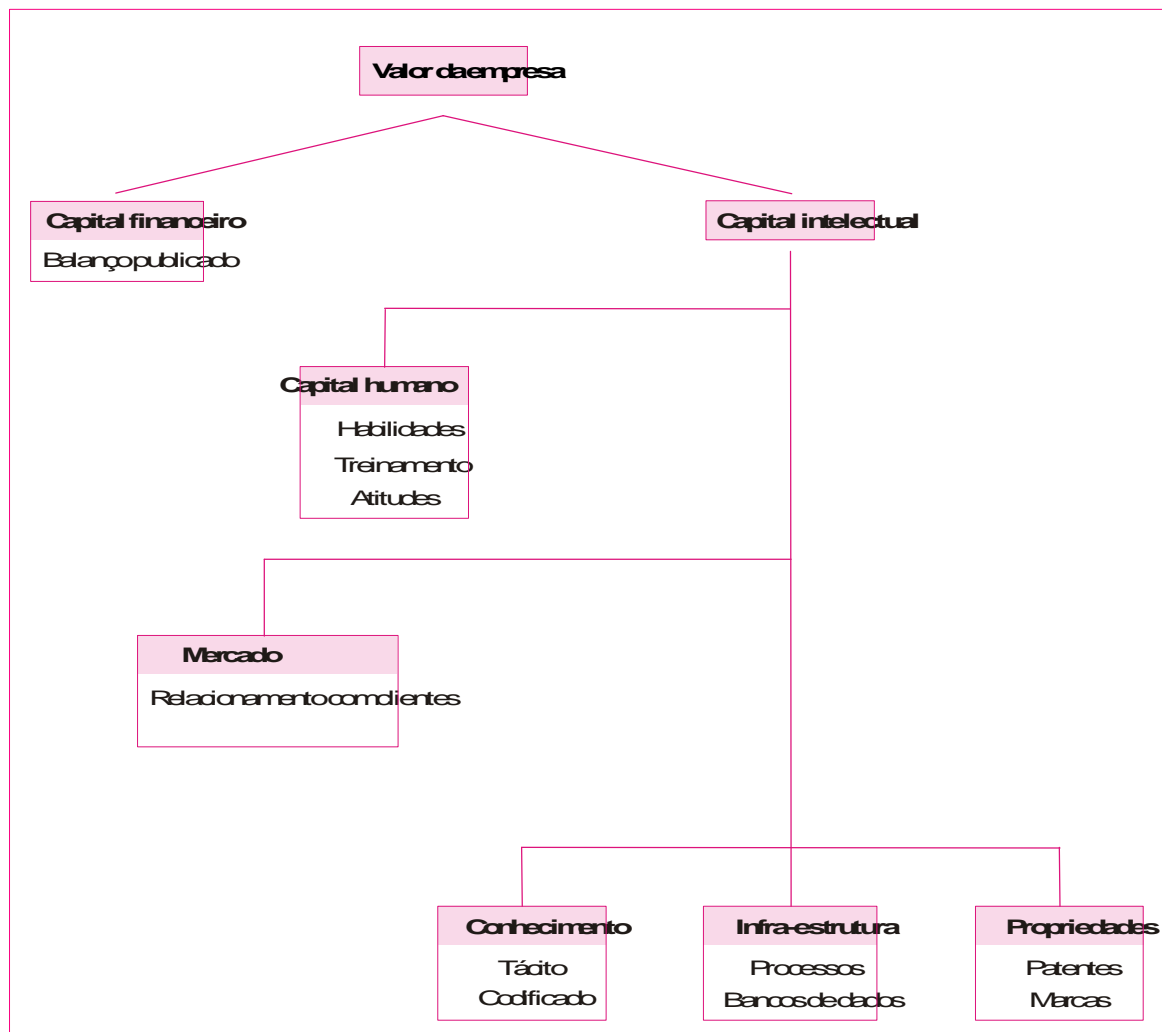


FIGURA1- ESTRUTURA DO CAPITAL INTELECTUAL

FONTE: Both (1998)

Wah (2000, p.54) menciona algumas experiências bem-sucedidas de empresas que têm utilizado a gestão do conhecimento para facilitar os fluxos interativos de conhecimento através de toda a corporação. Na British Petroleum os gerentes do conhecimento buscam e codificam as lições aprendidas em suas unidades de negócios e uma equipe se encarrega de disseminar essas práticas na intranet da empresa. No caso da Ernst e Young, as equipes publicam o conhecimento das melhores práticas em forma de *knowledge containers* para serem apreendidas e aplicadas pelos outros funcionários. Assim, os consultores podem acelerar

a solução de problemas e levar os resultados aos clientes mais rapidamente. Na Xerox, os representantes de campo contribuem com dicas eletrônicas numa plataforma padronizada para o compartilhamento de conhecimentos, utilizada no mundo todo, contribuindo para reduzir os custos de peças e de mão-de-obra.

Kanter et al. (1998, p.55) também apresentam diversos exemplos de empresas que implementaram métodos de estímulo para o crescimento do capital intelectual, principalmente na busca por inovações de produtos e processos, dos quais relacionamos, a seguir, alguns de forma resumida.

A Minnesota Mining and Manufacturing Company, mais conhecida como 3M, cuja estratégia é essencialmente voltada para a inovação, investe todos os anos até sete centavos de dólar de cada venda – 883 milhões de dólares somente em 1995 – em pesquisa e desenvolvimento. Na sua filosofia de buscar continuamente inovações, a 3M proporciona aos seus funcionários 15% de tempo livre para trabalharem em produtos e processos que eles mesmos escolhem, sem a necessidade de pedir aprovação para tal ou reportar-se à gerência sobre o que estão fazendo. Ainda, estimula visitas a outros laboratórios e a clientes, encoraja a interação entre o pessoal técnico através da ajuda a outros setores e através da busca do auxílio de outros departamentos ou divisões da empresa, pelo compartilhamento de informações sobre projetos e tecnologias. Uma das formas de encorajar a cooperação foi a formação do Fórum Técnico da 3M, uma organização à qual todos os técnicos pertencem. Os programas do fórum variam de palestras de ganhadores de prêmio Nobel a sessões de solução de problemas, nas quais as divisões apresentam dificuldades técnicas mais recentes para que outros colegas possam sugerir alternativas. Ainda instituiu diversos programas e prêmios que salientam que tanto a direção da empresa como os colegas valorizam as contribuições dadas.

No caso da E. I. DuPont de Nemours and Company, Inc., além do investimento de 1 bilhão de dólares anualmente em pesquisas, a empresa visa ofertar um ambiente que orienta e focaliza a pesquisa de inovações em produtos e processos químicos, através de um processo estruturado por intermédio de equipes multidisciplinares. Pela filosofia de desenvolvimento orientado para o mercado, a empresa estimula a interação com clientes e entre seus próprios setores, utilizando redes de comunicação para troca de informações

entre departamentos (eletronicamente ou pessoalmente), além de realizar parcerias com universidades.

A General Electric Company realiza esforços para eliminar as fronteiras entre departamentos, utiliza equipes multifuncionais (com representantes de várias áreas) e faz reuniões para que os membros das equipes expressem livremente suas idéias. Ainda, para forçar a sintonia com as necessidades de mercado, efetua financiamentos de pesquisas através de contratos externos e estimula a “abordagem multigerações” (que são metas de como agir para 24 meses, segunda geração, e como agir para 36 meses, terceira geração).

Gonçalves Filho e Gonçalves (2001, p.56) comentam sobre utilização da Tecnologia da Informação no sentido de desenvolver o capital intelectual, através do acesso ao conhecimento técnico na HP (Hewlett Packard). Conforme tais autores, a referida empresa

desenvolveu um sistema denominado ESP (*Electronic Sales Partner*), que contém centenas de milhares de documentos, apresentações, especificações técnicas e elos para documentos externos disponíveis mundialmente através da Internet. Alguns desses documentos são organizados automaticamente por meio de “metaconhecimento”, ou seja, classificações de tipo e formato desse conhecimento, recuperado de forma eficiente por uma ferramenta de pesquisa por categoria, que dispõe de recursos de arquivamento dos documentos acessados. Outro sistema disponível na HP via Web é o *Connex*, que permite ao pessoal de pesquisa e desenvolvimento localizar os *experts* em conhecimentos necessários para seus projetos. Também existem sistemas baseados no *Lotus Notes*, que permitem trocas de conhecimento dos *trainees* com instituições de ensino e ainda há um sistema que conecta os revendedores à empresa permitindo-lhes obter informações técnicas e serviços *on-line*.

Conclui-se, portanto, que a preocupação em desenvolver o Capital Intelectual por parte de empresas renomadas internacionalmente e líderes

em seus respectivos mercados é um indicativo importante, pois sinaliza a necessidade da adoção, de forma compulsória, desta nova forma de condução dos negócios caso as empresas queiram manter-se competitivas daqui para frente.

Entretanto, mesmo com a notoriedade que o tema vem tendo, o capital intelectual ainda constitui-se num grande desafio para os profissionais da área contábil. Os principais aspectos e as dificuldades existentes na relação da Contabilidade com o Capital Intelectual são abordadas no item seguinte.

4 Capital intelectual versus contabilidade

Sveiby (2000, p.68) advoga que numa empresa em que os ativos intangíveis são várias vezes mais valiosos que os tangíveis, o gerenciamento deveria concentrar-se na gestão dos intangíveis.

Diehl (1997, p.22) argumenta que é de fundamental importância o conhecimento da composição dos gastos associados aos recursos intangíveis, tanto para permitir uma avaliação correta do retorno gerado, como para tornar possível o gerenciamento do processo.

A mensuração do “capital intelectual” talvez seja um dos mais difíceis desafios a serem vencidos pela contabilidade. Beuren e Beltrame (1998, p.44) dizem que esse desafio precisa ser vencido mediante pesquisas e experiências práticas e que adicionalmente é necessário evidenciar o retorno proporcionado pelo capital intelectual.

Sua importância consiste basicamente no fato de que em muitas empresas, notadamente as que utilizam tecnologia de ponta, determinado executivo ou grupo de pessoas (por exemplo, pesquisadores/cientistas) são responsáveis pela manutenção da parcela de mercado ou liderança em termos de práticas adotadas e inovações oriundas do conhecimento que estes detêm.

Para Stewart (1998, p.51), a substituição de materiais e ativos físicos pelo conhecimento – a iniciativa dos mercados de trabalho em recompensar o trabalho baseado no conhecimento – nos diz que alguém que investe em uma empresa está comprando um conjunto de talentos, capacidades, habilidades e idéias. Ou seja, está comprando capital intelectual e não capital físico. Também corrobora a importância dos ativos intelectuais de uma empresa, estimando que representam ser três ou quatro vezes mais valiosos que os ativos tangíveis registrados contabilmente.

No mesmo sentido, Andrade (1997, p.5) afirma que a evolução tecnológica, parceira da redução de custos e da melhoria da qualidade, agrega valor ao negócio, sem proporcionar reflexo na contabilidade. A detenção do conhecimento, fruto de pesquisas efetuadas pelo elemento humano, tem peso substancial no valor de uma empresa.

Iudícibus (1993, p.180) advoga que é necessário atentar para informações sobre despesas com pesquisa e desenvolvimento, com programas de treinamento de executivos, ou com o que denominou “nutrição” de executivos, no sentido de determinar as políticas de substituição gradual de executivos idosos por outros mais jovens etc. Diz ainda que, com frequência, a

A mensuração do “capital intelectual” talvez seja um dos mais difíceis desafios a serem vencidos pela contabilidade

percepção adequada dessas diferenças de comportamento entre duas empresas de igual rentabilidade, atualmente, pode ser o limite entre um bom ou medíocre investimento.

Sveiby, apud Mourão et al. (1999, p.6), propõe medidas para os ativos intangíveis, classificando-os em três grupos:

- a) competência: (do pessoal): escolaridade, experiência etc.;
- b) estrutura interna: a organização e sua cultura: gerência, estrutura legal, sistemas, manuais, atitudes, pesquisa e desenvolvimento, softwares etc.;
- c) estrutura externa: imagem, marca, relações com clientes e fornecedores.

Para tais medidas, emprega indicadores de avaliação conforme expresso na figura 2.

ATIVOS INTANGÍVEIS	INDICADORES DE AVALIAÇÃO
→ Competência	→ Crescimento/Inovação
→ Estrutura interna	→ Eficiência
→ Estrutura externa	→ Estabilidade

FIGURA 2- INDICADORES DE AVALIAÇÃO PARA ATIVOS INTANGÍVEIS
 FONTE: Adaptado de Mourão et al. (1999)

Petrash, apud Almeida e Hajj (1997, p.78), traz a lume um conjunto de passos que pode contribuir para administrar o ativo intelectual:

- 1) definir a importância do investimento intelectual para o desenvolvimento de novos produtos;
- 2) avaliar a estratégia dos competidores e o ativo do conhecimento;
- 3) classificar o seu portfólio: o que você tem, o que você usa, onde eles estão alocados;
- 4) analisar e avaliar o valor do portfólio: quanto eles custam, o que pode ser feito para maximizar o seu valor, se deve mantê-los, vendê-los ou abandoná-los;

- 5) investir: baseado no que se apreendeu nos passos anteriores, identificar espaços que devem ser preenchidos para explorar conhecimento, defender-se da concorrência, direcionar a ação da empresa ou avançar na tecnologia; e
- 6) reunir o seu novo portfólio de conhecimento e repetir a operação *ad infinitum*.

Antunes (2000, p.81) diz que dentre as experiências iniciais realizadas por algumas companhias para mensurar seu capital intelectual, a Skandia AFS foi a primeira organização a publicar um relatório suplementar às demonstrações contábeis divulgando o seu capital intelectual.

No intuito de evidenciar o capital intelectual, Pacheco (1996, p.36) propõe a elaboração de demonstrações financeiras suplementares, onde o balanço incluiria o registro de ativos denominado “valor dos recursos humanos”, a demonstração do resultado incluiria, também, uma “amortização do valor dos recursos humanos” e o relatório de origem e aplicações de recursos incluiria “investimentos em recursos humanos”. Ainda, as notas explicativas a essas demonstrações financeiras adicionais descreveriam e justificariam os métodos de avaliação e de amortização utilizados, identificariam o valor dos gastos que foram registrados com investimento em recursos humanos e indicariam se foram auditados ou não.

Corroborando a importância do tratamento contábil do capital intelectual, Batocchio e Biagio (1999, p.15) defendem que contabilizar o capital intelectual é uma forma de a empresa reconhecer que o que conta na moderna economia de corporações virtuais e de conhecimento intensivo é:

- a) o estabelecimento de redes de parceria para a obtenção de relações comerciais fortes e duradouras;
- b) a lealdade constante dos clientes;

- c) o papel dos empregados em posições-chave, que fundamentam o futuro da empresa através da competência e conhecimento;
- d) o compromisso da empresa e seus empregados com o aprendizado e a renovação continuada; e
- e) o caráter e os valores da empresa sendo utilizados como instrumento para que os executivos e investidores examinem fusões, aquisições, contratação de pessoal e parcerias.

Por seu turno, Paiva (2000, p.5) destaca que a contabilização do capital intelectual não justifica o abandono ou o desprezo da contabilidade financeira. Sinaliza, sim, uma preocupação em proporcionar informações mais consistentes acerca do patrimônio da empresa, principalmente por assumir que inúmeros fatores de ordem intangível contribuem para o valor de mercado da mesma. Finaliza argumentando que “enquanto a contabilidade ‘tradicional’ destaca elementos do passado, o capital intelectual viaja para o futuro”.

Considerações finais

Apesar da dificuldade de compreensão e percepção do capital intelectual em face de sua subjetividade, resta evidente que ele é representativo e importante atualmente, repercutindo no valor de mercado das empresas. Porém, um modelo de avaliação do capital intelectual terá que trilhar um longo caminho para atingir um formato ideal, à prova de contestações relevantes.

Dessume-se que o processo de gerenciamento pode melhorar o capital intelectual, sendo possível descrever e mensurar, por exemplo, como o

conhecimento adiciona valor. Ainda, que administrando o capital intelectual, é possível otimizar a performance financeira das organizações inseridas no ambiente moderno de competição mercadológica.

Por outro lado, a mensuração do valor do capital intelectual não conta, ainda, com metodologia consolidada. Mas o atual momento empresarial deixa clara a necessidade de apurar-se o valor dos recursos intelectuais mantidos pela empresa, pois eles têm um valor e, portanto, devem ser objeto de estudo da ciência contábil.

Vale ressaltar que não cabe pensar ou dizer que a contabilidade atual esteja totalmente errada em relação aos procedimentos contábeis atualmente vigentes em relação ao capital intelectual. Fazer isso seria desconhecer e desmerecer injustamente todo o desenvolvimento científico e normativo que a doutrina contábil teve até os dias atuais e que tem contribuído significativamente para o desenvolvimento empresarial.

A situação ideal seria que todos os recursos que influenciam na capacidade de geração de lucros de uma empresa deveriam ser registrados pela contabilidade, de forma que o resultado de uma entidade fosse atribuível somente aos recursos contabilizados, ao contrário do que ocorre atualmente. Na medida em que as empresas se sofisticam, a adoção de procedimentos contábeis adequados à realidade hodierna conduzirá os demonstrativos contábeis a expressar os ativos intangíveis em sua pertinente dimensão.

Porém, em face das limitações jurídicas, a contabilidade para fins societários (também chamada contabilidade financeira) não tem a possibilidade de expressar o capital intelectual nos relatórios ou demonstrações contábeis exigidos legalmente. Entretanto, a contabilidade com finalidade gerencial pode e deve tentar evidenciar

os ativos intangíveis da companhia. Para tal, pode utilizar de relatórios alternativos, do emprego de medidas subjetivas, do não seguimento dos princípios fundamentais de contabilidade, dentre outras possibilidades, para que tenha condições de informar aos usuários acerca deste valioso componente patrimonial das empresas que constitui, atualmente, o capital intelectual.

O ideal seria criar regras para a definição e registro de forma a possibilitar a apresentação do patrimônio de maneira mais exata ou adequada possível, propiciando comparações e embasando decisões gerenciais. Aos profissionais contábeis cabe buscar alternativas para suprir a deficiência das peças contábeis tradicionais no sentido de evidenciar o capital intelectual.

Referências

- ALMEIDA, M.G. M; HAJJ, Z. S. **Mensuração e avaliação do ativo**: uma revisão conceitual e uma abordagem do goodwill e do ativo intelectual. **Caderno de Estudos**, São Paulo, FIPECAFI, v.9, n.16, jul./dez. de 1997.
- ANDRADE, G. A. A necessária evolução da contabilidade. **Revista de Contabilidade do CRC-SP**, São Paulo, n. 1, abr. 1997.
- ANTUNES, M. T. P. **Capital intelectual**. São Paulo: Atlas, 2000.
- BATOCCHIO, A.; BIAGIO, L. A. A importância da avaliação do capital intelectual na administração estratégica. In: ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO – ENEGEP, 19., 1999, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro, 1999.
- BEUREN, I. M.; BELTRAME, C. Mensuração e contabilização dos recursos humanos sob o ponto de vista de seu potencial de geração de resultados. **Revista do CRC-RS**, Porto Alegre, v.27, n.95, out./dez. 1998.
- BOOTH, R. The measurement of intellectual capital. **Management Accounting**, nov. 1998, p.26-28.
- BROOKING, A. **Intellectual capital**: core asset for the third millennium enterprise. Boston: Thomson Publishing, 1996.
- DIEHL, C. A. **Proposta de um sistema de avaliação de custos intangíveis**. Porto Alegre, 1997. Dissertação (Mestrado) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul.
- DRUCKER, P. F. **Administrando em tempos de grandes mudanças**. Tradução de Nivaldo Montinguelli Jr. 5. ed. São Paulo: Pioneira, 1998.
- DUFFY, D. Uma idéia capital. **HSM Management**, São Paulo, n.22, set./out. 2000.
- EDVINSSON, L.; MALONE, M. S. **Capital intelectual**. São Paulo: Makron Books, 1998.
- GONÇALVES FILHO, C.; GONÇALVES, C. A. Gerência do conhecimento: desafios e oportunidades para as organizações. **Caderno de Pesquisas em Administração**, São Paulo, v.8, n.1, jan./mar. 2001.
- IUDÍCIBUS, S. **Teoria da contabilidade**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1993.
- JOHNSON, H. T.; KAPLAN, R. S. **Contabilidade gerencial**: a restauração da relevância da contabilidade nas empresas. Rio de Janeiro: Campus, 1993.
- KANTER, R. M.; et al. **Inovação**: pensamento inovador na 3M, DuPont, GE, Pfizer e Rubbermaid. São Paulo: Negócio Editora, 1998.
- LOPES DE SÁ, A. Ativo intangível e potencialidades dos capitais. **Revista de Contabilidade do CRC-SP**, São Paulo, n. 13, set. 2000.

MARÇULA, M. Metodologia para gestão do conhecimento apoiada pela tecnologia da informação. In: ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO – ENEGEP, 19., 1999, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro, 1999.

MOURÃO, I. F. T. et al. Ativos intangíveis: um estudo de caso na administração pública. In: ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO – ENEGEP, 19., 1999, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro, 1999.

PACHECO, V. **Uma contribuição ao estudo da contabilidade de recursos humanos e seu poder de informação**. São Paulo, 1996. Dissertação (Mestrado) - Faculdade de Administração e Economia da USP.

PAIVA, S. B. Capital intelectual: um novo paradigma para a gestão dos negócios. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CONTABILIDADE, 16., 2000, Goiânia, **Anais...** Goiânia: CFC, 2000.

STEWART, T. A. **Capital intelectual**: a nova vantagem competitiva das empresas. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

SVEIBY, K. E. O valor do intangível. **HSM Management**, São Paulo, n. 22, set./out. 2000.

WAH, L. Muito além de um modismo. **HSM Management**, São Paulo, n. 22, set./out. 2000.