

**MARLOS EDUARDO LEAL DA CRUZ**

**UMA CONTRIBUIÇÃO AO ESTUDO DO CAPITAL INTELECTUAL: VALOR DE  
MERCADO DE UMA ORGANIZAÇÃO E MODELOS DE MENSURAÇÃO**

**Monografia apresentada à disciplina de  
Pesquisa em Informação II como requisito  
parcial à conclusão de Curso de Gestão  
da Informação, Setor de Ciências Sociais  
Aplicadas, universidade Federal do  
Paraná.**

**Orientador: Prof.º Ricardo Triska, Dr. Eng.**

**CURITIBA  
2004**

Dedico este trabalho à minha esposa. Ana Claudia, de forma responsável e, principalmente nos momentos de fraqueza, esteve sempre ao meu lado sabendo contribuir com muito amor, carinho e compreensão.

## **AGRADECIMENTOS**

Agradeço a DEUS que me atendeu em todos os momentos em que Dele precisei. E que não foram poucos.

A minha esposa Ana Claudia, por ser compreensiva e dedicada.

A minha mãe Julia, que deu sua vida, para que eu pudesse ter a minha. E foi, além da mãe maravilhosa, o pai que eu não tive.

Ao meu Irmão Marcos que, alternou momentos de amigo e pai, se esforçando ao máximo para que nada me faltasse. E a minha cunhada Juliane, que deu mais brilho a minha bela família.

E a todos os meus amigos que estiveram junto comigo. Entre eles, Fernando Pereira (Pherpa), Rafael Kenappe (Gordão) e Wlader Bogarim (Bolgario), e o meu ex-professor, e hoje amigo, Tibério Budola.

Medir o que for mensurável e tornar  
mensurável o que ainda pode ser medido

Galileu Galilei

## SUMÁRIO

<b>LISTA DE FIGURAS</b> .....	vi
<b>LISTA DE TABELAS</b> .....	vi
<b>RESUMO</b> .....	vii
<b>1 INTRODUÇÃO</b> .....	1
1.1 ESTRUTURA DA PESQUISA .....	2
1.2 JUSTIFICATIVA .....	3
1.3 OBJETIVO .....	6
1.4.1 Objetivo Geral .....	6
1.4.2 Objetivos Específicos .....	6
1.4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS .....	7
1.5 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA .....	7
1.6 RESULTADOS .....	8
1.7 REFERENCIAL TEÓRICO .....	8
<b>2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA</b> .....	10
2.1 SOCIEDADE BASEADA NO CONHECIMENTO .....	10
2.1.1 Conhecimento .....	12
2.1.2 Tecnologias da Informação .....	14
2.1.3 Organizações na Sociedade do Conhecimento .....	16
2.2 CONTABILIDADE .....	18
2.2.1 Caracterização da Contabilidade .....	18
2.2.2 Objeto da Contabilidade .....	20
2.2.3 Evolução Histórica da Contabilidade .....	20
2.2.4 Contabilidade e a Sociedade do Conhecimento .....	21
2.3 ATIVOS INTANGÍVEIS, <i>GOODWILL</i> E CAPITAL INTELECTUAL .....	22
2.3.1 Ativos Intangíveis .....	23
2.3.2 Balanço Patrimonial dos Ativos Intangíveis .....	25
2.3.3 <i>Goodwill</i> .....	27
2.3.4 Capital Intelectual .....	28
2.3.5 O Capital Intelectual e o Valor de Mercado de uma Organização .....	33
<b>3 RESULTADOS</b> .....	36
3.1 CAPITAL INTELECTUAL .....	36
3.2 MODELOS DE MENSURAÇÃO DO CAPITAL INTELECTUAL .....	38
3.3 AVALIAÇÃO DOS MODELOS DE MENSURAÇÃO .....	51
3.4 CAPITAL INTELECTUAL E A CONTABILIDADE .....	51
<b>4 CONSIDERAÇÕES FINAIS</b> .....	53
<b>REFERÊNCIAS</b> .....	54

## LISTA DE FIGURAS

FIGURA 1 – ATIVOS INTANGÍVEIS .....	24
FIGURA 2 – BALANÇO PATRIMONIAL DE INTANGÍVEIS CRIADO POR SVEIBY	26
FIGURA 3 – RAÍZES DO VALOR DE EDVINSSON E MALONE .....	31
FIGURA 4 – ESQUEMA DA SKANDIA PARA O VALOR DE MERCADO .....	34
FIGURA 5 – NAVEGADOR DA SKANDIA .....	39
FIGURA 6 – NAVEGADOR DO CAPITAL INTELECTUAL DE STEWART .....	48

## LISTA DE TABELAS

TABELA 1 – ÍNDICES DO FOCO FINANCEIRO .....	41
TABELA 2 – ÍNDICES DO FOCO NO CLIENTE .....	42
TABELA 3 – ÍNDICES DO FOCO NO PROCESSO .....	43
TABELA 4 – ÍNDICES DO FOCO RENOVAÇÃO E DESENVOLVIMENTO .....	44
TABELA 5 – ÍNDICES O FOCO HUMANO (índices gerais).....	45
TABELA 6 – ÍNDICES O FOCO HUMANO (aplicados trabalhadores).....	45
TABELA 7 – ÍNDICES O FOCO HUMANO (aplicados a gerencia) .....	46
TABELA 8 – MONITOR DE ATIVOS INTANGÍVEIS DE KARL ERIK SVEIBY.....	49

## RESUMO

O presente trabalho tem como objetivo geral qualificar o capital intelectual na composição de valor de mercado de uma organização. Em vista disso, será demonstrada a sua importância ao longo da pesquisa. Destacam-se, neste estudo, assuntos considerados relevantes para este tema, tais como: as mudanças vividas na sociedade, que apontam o conhecimento como o bem maior de uma organização; as tecnologias da informação, como ferramentas para a gestão do conhecimento; o comportamento das organizações na sociedade do conhecimento; os aspectos gerais da contabilidade; e a apresentação das características do capital intelectual. O capital intelectual será caracterizado, demonstrando, os estudos que o envolvem e o tratamento que lhe é empregado. Serão também identificados, pela literatura, os modelos e indicadores criados, por autores e organizações, para a mensuração do capital intelectual, descrevendo suas características principais. E finalizando, destaca-se a contabilidade em relação as dificuldades e esforços quanto ao capital intelectual.

Palavras-chave: Capital intelectual; Conhecimento; Ativos intangíveis; Contabilidade; Mensuração.

## 1 INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas a sociedade vem passando por mudanças comportamentais na economia, na política e no meio organizacional. Isto se atribui, ao que vem sendo apontado, por muitos autores, como a transição da sociedade industrial para a sociedade do conhecimento. Com isso, os principais bens e fontes de produção da sociedade industrial (capital, máquinas e recursos naturais), juntam-se ao conhecimento, alterando a estrutura da economia e valorizando o elemento humano, detentor do conhecimento.

Nas organizações, a geração e aplicação do conhecimento em seus processos, produtos e serviços, têm sido responsáveis pela geração de bens intangíveis, ou capital intelectual, como é denominado por muitos autores.

O capital intelectual tem impacto direto no valor do patrimônio de uma organização, e, conseqüentemente, no seu valor perante o mercado. Este assunto vem sendo alvo de pesquisa, por parte de estudiosos de algumas áreas como a contabilidade e a gestão do conhecimento, e de organizações preocupadas em avaliar o real valor dos seus ativos intangíveis. A preocupação da contabilidade tradicional é a de mostrar que os ativos intangíveis que possuem a possibilidade de serem avaliados e demonstrados, se encontram nos balanços das organizações. Contudo, já é admitido que a contabilidade precisa acompanhar a evolução da sociedade, porém, de forma cautelosa. Os estudiosos da gestão do conhecimento argumentam que as organizações do conhecimento se ressentem da falta de informações que possam levá-las a gerenciar, de forma menos subjetiva, os investimentos e os retornos em capital intelectual. As organizações estudam formas de contribuir, buscando alternativas de mensuração deste capital que, gerenciado, pode ser transformado em diferencial competitivo, uma vez que, tem influência nas relações internas como processos e pessoas, bem como, nas relações externas como, clientes, fornecedores, e a concorrência.

Assim sendo, foi definido como tema de pesquisa a qualificação do capital intelectual na composição do valor de mercado de uma organização. A proposta deste trabalho é centrada na argumentação de autores que discorrem sobre as dificuldades de demonstração, avaliação e mensuração deste capital nas organizações. São apontadas, por meio da literatura pertinente, as idéias e propostas dos autores e organizações sobre a importância do capital intelectual descrevendo e analisando os modelos e os indicadores criados para a mensuração do capital intelectual.

## 1.1 ESTRUTURA DA PESQUISA

Este trabalho está dividido em cinco capítulos. Sendo que o primeiro capítulo se refere a introdução, que caracteriza o tema da pesquisa e a justificativa. Igualmente, neste capítulo, estão demonstrados os objetivos, geral e específicos, e os procedimentos metodológicos.

No capítulo dois, referencial teórico, serão apresentadas definições sobre a sociedade do conhecimento, contextualizando, nesta sociedade, as tecnologias da informação e as organizações. Também a contabilidade estará descrita neste capítulo com suas características e definições. Finalizando o referencial teórico, serão apresentados, os ativos intangíveis, *goodwill* (diferença entre o valor de mercado e os ativos líquidos das organizações, caracterizado a partir da página 27 deste trabalho) e o capital intelectual, que se constitui no tema central desta pesquisa, com suas definições, características quanto ao valor de mercado das organizações e a descrição dos modelos de mensuração deste capital.

Os resultados obtidos, quanto ao capital intelectual, seus indicadores e modelos de mensuração, serão analisados no capítulo três.

As considerações finais se encontram no capítulo quatro. E no capítulo cinco, estão relacionadas as referências bibliográficas que serviram de base teórica para a realização desta pesquisa.

## 1.2 JUSTIFICATIVA

Na sociedade do conhecimento, os capitais necessários à criação de riqueza para as organizações não estão focados somente na terra e nem o trabalho físico, tão pouco são ferramentas mecânicas e fábricas, bens estes, que foram primordiais para o desenvolvimento das empresas da sociedade industrial. Nesta sociedade, o patrimônio das organizações é fruto do conhecimento, pois grande parte deste é gerada pelos ativos baseados no conhecimento, ou capital intelectual da empresa. Para STEWART (1998), o conhecimento e a informação, tornaram-se as matérias-primas básicas e os produtos mais importantes da economia. Isso leva as organizações atuais a comprar e vender conhecimento.

Pela percepção da importância do capital intelectual na sociedade atual, este estudo se propõe a caracterizá-lo descrevendo os seus impactos na valorização das organizações, procurando apontar como a contabilidade tradicional tem tratado essa valorização nas demonstrações contábeis. Aponta e descreve ainda, os possíveis indicadores utilizados para a mensuração do capital intelectual, observando os modelos criados pelas organizações e pelos autores que discorrem sobre o assunto.

O capital intelectual representa uma ferramenta essencial para o enriquecimento do patrimônio das organizações atuais e, com isso, deixa de ser uma tendência, como indicava Peter Drucker na década de 70, para se tornar o diferencial competitivo das organizações. Yara Rezende em sua pesquisa sobre o capital intelectual, caracteriza esse diferencial entre as organizações esclarecendo que:

O diferencial não é mais as máquinas utilizadas no processo produtivo, mas sim o somatório do conhecimento coletivo gerado e adquirido, as habilidades criativas e inventivas, os valores, atitudes e motivação das pessoas que as integram e o grau de satisfação dos clientes. São os chamados ativos intangíveis os conhecimentos tácitos ou explícitos que geram valor econômico para a empresa e cuja origem está diretamente relacionada aos agentes criativos da empresa. REZENDE (2002 p. 122)

A aplicação do conhecimento tem impacto direto na geração de valor para as organizações. Conforme afirmação de TEIXEIRA FILHO (2000), o conhecimento,

aliado às tecnologias, produz benefícios intangíveis, denominados: capital intelectual, que motivam a valorização desta organização. Com isso o capital intelectual requer uma atenção especial. Contudo, o gerenciamento deste capital é complexo e um dos motivos pelo qual não existe o seu gerenciamento, segundo STEWART (1998, p.52), é que ele “quase sempre vem acompanhado de algo tangível – papel de um livro, a fita magnética de um gravador, o corpo de um palestrante, as pedras de um monumento histórico. Gerenciamos as formas e não a substância, o que equivaleria a um vinicultor que presta mais atenção na garrafa do que ao vinho”. O exemplo de Stewart confirma a complexidade do tema capital intelectual, que é um desafio para o gerenciamento do conhecimento nas organizações, desafio este que é originado na ação do capital intelectual na composição do valor de mercado de uma organização, e no fato de que não é evidenciado nos balanços contábeis, uma vez que, o modelo da contabilidade tradicional possui uma estrutura formulada para empreendimentos industriais. Stewart sustenta a afirmação explicando que:

(...) a contabilidade mede o acúmulo e a concentração de capital de uma empresa e baseia-se em custos – ou seja, pressupõe que o custo de aquisição de um ativo diz razoavelmente (depois de alguns ajustes referentes a itens como depreciação) quanto vale o ativo. O modelo cai por terra quando os ativos em questão são intangíveis. (...) O custo de produção do conhecimento está muito menos relacionado a seu valor ou preço do que o custo de produção, digamos, de uma tonelada aço (STEWART 1998, p.54).

O modelo contábil tradicional, também é criticado por ARNOSTI, GIL e NEUMANN (2003, p. 4), que afirmam que o capital intelectual não é mensurado “por considerar inúmeras variáveis que não repercutem imediatamente nos resultados da entidade, e portanto não são levadas em conta pela contabilidade tradicional”.

Nos últimos anos o capital intelectual vem se tornando alvo de interesse no mundo empresarial e no mundo acadêmico e a mensuração deste capital é citada como uma ferramenta importante para o gerenciamento das empresas, principalmente quando se considera que estas necessitam saber qual o retorno obtido com investimentos em ativos intelectuais. Para EDVINSSON e MALONE

(1998, p.131) o capital intelectual é “(...) uma maneira de manter a liderança em um mundo em rápido processo de mudança”. Diante dessa afirmação considera-se que a mensuração do capital intelectual de uma organização é um assunto que se manifesta como importante no mundo dos negócios, pois, o capital intelectual apresenta-se como um agregador de valor às empresas e vem se intensificando cada vez mais por se mostrar capaz de modificar o panorama de uma organização que o possui e sabe utilizá-lo.

A relação do assunto desperta o interesse da Contabilidade que tem como uma de suas finalidades iniciais a apuração do resultado econômico e financeiro de determinada organização. Com isso, a Contabilidade se depara com um problema – a mensuração do capital intelectual – uma vez que, este capital não é visualizado nas demonstrações contábeis das empresas e possui impacto direto na diferença entre o valor contábil e o valor de mercado das mesmas, demonstrando uma suposta falha no tratamento contábil. Confirmando esta afirmação, TERRA (2000, p.162) expõe que “o valor contábil das empresas está, cada vez mais, desconectado de seu valor de mercado, conforme as regras tradicionais da contabilidade financeira (mesmo para as empresas em setores tradicionais da economia)” gerando uma lacuna entre os valores contábil e de mercado das organizações.

Diante do exposto, a motivação para a realização desta pesquisa sobre o capital intelectual surge na importância que este possui para as organizações, e na dificuldade que a contabilidade possui em demonstrá-lo nos balanços patrimoniais das organizações. A importância deste capital é ratificada na sociedade do conhecimento que identifica o ativo intelectual como sendo o principal ativo de uma organização. Devido a isso, este estudo estará voltado para a necessidade de mensuração do capital intelectual nas organizações, qualificando-o, descrevendo a sua influência na composição de valor de uma organização, contrapondo idéias propostas por autores que discorrem sobre este tema e descrevendo modelos e indicadores de mensuração do capital intelectual que possam demonstrar aquilo que vem sendo elaborado com relação a este assunto.

### 1.3 OBJETIVO

Os objetivos da pesquisa são os seguintes:

#### 1.3.1 Objetivo Geral

O objetivo geral desta pesquisa consiste em qualificar o capital intelectual na composição do valor de mercado de uma organização.

#### 1.3.2 Objetivos Específicos

O objetivo geral desdobra-se nos seguintes objetivos específicos:

- a) Caracterizar a diferença entre o valor de mercado e o valor contábil de uma organização;
- b) Identificar e descrever os indicadores utilizados na mensuração do capital intelectual e dos ativos intangíveis;
- c) Caracterizar o capital intelectual;
- d) Elaborar uma avaliação comparativa dos registros relativos aos estudos encontrados na literatura pertinente.

## 1.4 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Neste tópico estão descritos os passos adotados para o desenvolvimento desta pesquisa. Caracterização do método da pesquisa, os meios de recuperação do referencial teórico e as estratégias para alcance dos resultados. Convém destacar que para a formatação textual deste trabalho foram utilizadas as Normas para apresentação de documentos científicos da Universidade Federal do Paraná do ano de 2000.

## 1.5 CARACTERIZAÇÃO DA PESQUISA

A técnica da pesquisa exploratória se caracteriza como um estudo descritivo e tem por finalidade fazer com que o pesquisador se relacione profundamente com o tema escolhido, por isso é recomendada para situações de pouco conhecimento, do pesquisador, sobre o tema pesquisado. Os estudos exploratórios, conforme afirma CERVO (1996, p. 69), "(...) têm por objetivo familiarizar-se com o fenômeno ou obter nova percepção do mesmo e descobrir novas idéias". O autor complementa dizendo que esta técnica desenvolve descrições precisas da situação e requer a descoberta das relações existentes entre os elementos componentes da mesma. A técnica da pesquisa exploratória faculta ao pesquisador um planejamento bastante flexível, de forma a possibilitar a consideração dos mais diversos aspectos do assunto pesquisado. Ratificando esta afirmação, SAMARA e BARROS (2002, p. 31), apontam que os estudos exploratórios "... tem como principal característica a informalidade, a flexibilidade e a criatividade, e neles procura-se obter um primeiro contato com a situação a ser pesquisada ou um melhor conhecimento sobre o objeto em estudo levantado e hipóteses a serem corroboradas". Pelo exposto, a técnica de pesquisa exploratória será utilizada para o desenvolvimento do estudo em questão.

Para que a pesquisa exploratória seja devidamente realizada a opção foi utilizar a pesquisa bibliográfica como meio de desenvolvimento do estudo. Conforme

explica CERVO (1996) a pesquisa bibliográfica se constitui num método básico para realização de estudos monográficos e geralmente é o primeiro passo de qualquer pesquisa científica. Esta afirmação é complementada por (MARTINS, 1994 p.28) que diz que pesquisa bibliográfica é um “(...) estudo para conhecer as contribuições científicas sobre o assunto. Tem como objetivo recolher, selecionar, analisar e interpretar as contribuições teóricas já existentes sobre determinado assunto”, caracterizando assim a realização do estudo exploratório para este trabalho.

## 1.6 RESULTADOS

Os resultados desta pesquisa foram obtidos por meio da confrontação das idéias dos autores de áreas ligadas ao capital intelectual, demonstrando a importância do tema na composição de valor das organizações, e da verificação de modelos e indicadores de mensuração. É importante salientar que não é objetivo desta pesquisa, propor um modelo ou mesmo indicadores de mensuração e, sim a descrição das suas características. Tendo em vista a abrangência do assunto serão exploradas as características das áreas da gestão do conhecimento e da contabilidade, uma vez, que estas se complementam neste estudo.

## 1.7 REFERENCIAL TEÓRICO

Os registros literários que serviram de base para o desenvolvimento deste estudo foram recuperados na Biblioteca do Setor de Ciências Sociais Aplicadas, da Universidade Federal do Paraná – UFPR e na Biblioteca Pública do Paraná, sendo que nas duas instituições a recuperação se deu nas áreas de Gestão do Conhecimento, Contabilidade e Tecnologias de Informação. Igualmente foram realizadas pesquisas nos *sites* oficiais do Conselho Regional de Contabilidade do Paraná e do Conselho Federal de Contabilidade. Além disto, foram consultadas a Internet e artigos de periódicos considerados relevantes para o tema de mensuração do capital intelectual das organizações, tendo por base os *sites* oficiais do Instituto

Brasileiro de Informação em Ciência e Tecnologia – IBICT, *Scientific Electronic Library Online* – SciELO, Banco de teses da Universidade Federal de Santa Catarina –(UFSC) e da Universidade de São Paulo – (USP), dentre outros. Os termos utilizados para a recuperação de material para a pesquisa foram: capital intelectual, mensuração do capital Intelectual, gestão do conhecimento, sociedade do conhecimento, organizações do conhecimento, era da informação, inteligência competitiva, ativos intangíveis, contabilidade, *goodwill* e modelos de mensuração.

## 2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo será desenvolvida a fundamentação teórica da pesquisa, que se constitui na base para o alcance dos resultados. A proposta, deste referencial, consiste em contextualizar o tema com as áreas da gestão do conhecimento e da contabilidade, uma vez que, são complementares num estudo sobre a mensuração do capital intelectual e, por se entender, que são as áreas que têm demonstrado interesse pelo assunto.

### 2.1 SOCIEDADE BASEADA NO CONHECIMENTO

Na sociedade atual, o conhecimento é o fator econômico mais importante no ambiente competitivo das organizações. Ter conhecimento sobre o mercado, os processos internos, clientes, fornecedores, concorrentes, tecnologia e os recursos humanos e saber aplicá-lo no dia-a-dia é, na atualidade, um diferencial para todas as organizações. No decorrer deste trabalho estas afirmações podem ser ratificadas com as conceituações de autores, como Peter Drucker, Alvin Toffler, Ikujiro Nonaka e Hirotaka Takeuchi entre outros que desenvolveram trabalhos sobre esta nova sociedade que, apesar de recente, já era prevista há algumas décadas.

Na década de 70, Peter Drucker publicou o seu livro “Uma era de descontinuidade” e já percebia tendências que indicavam uma nova sociedade. Naquela época o autor já apontava tendências para a sociedade do conhecimento. Segundo DRUCKER (1970) as tecnologias que surgiam naquele momento seriam responsáveis diretas pela concepção de novas indústrias e pela obsolescência de outras tantas daquela época. Segundo o autor, a descoberta do conhecimento pelas organizações seria o fator principal para a origem das indústrias no final do século XX. DRUCKER (1970) vai adiante nas suas argumentações sobre a nova economia que estava para surgir:

As próximas décadas da tecnologia lembrarão, mais provavelmente, as últimas décadas do século passado, quando nascia uma grande indústria baseada em nova tecnologia poucos

anos após o aparecimento de outra, e não farão lembrar a continuidade tecnológica e industrial dos últimos cinquenta anos. Estamos diante de grandes mudanças na economia mundial. (...) Está surgindo imperceptivelmente uma economia mundial na qual informações comuns geram as mesmas aspirações, apetites e exigências econômicos. (...) O mundo tornou-se, em outras palavras, *um mercado*, um centro de compras global. A matriz política da vida social e econômica está mudando celeremente. O conhecimento, nestas últimas décadas, tornou-se o capital principal, o centro de custo e o recuso crucial da economia. Isso muda as forças produtivas e o trabalho; o ensino e o aprendizado; e o significado do conhecimento e suas políticas. Mas também cria o problema das responsabilidades dos novos detentores do poder, os homens do conhecimento (DRUCKER 1970, p. 7-9).

Atualmente os apontamentos de Peter Drucker são reconhecidos como realidades vividas pela sociedade globalizada, e levantam as necessidades de adaptação e compreensão da sociedade do conhecimento. Assim como Drucker, TOFFLER (1980) idealizava o surgimento de novos conceitos que direcionariam a sociedade para mudanças de comportamento na economia, na política, e também na consciência das pessoas.

As idéias apresentadas pelos demais autores, induzem a um consenso quanto ao assunto e ratificam as projeções de Peter Drucker e Alvin Toffler sobre a nova sociedade. Essas idéias, de acordo com as características de cada autor, colocam o conhecimento como o principal fator de composição da sociedade atual. QUINN citado por NONAKA E TAKEUCHI (1997 p. 5) tem o seguinte conceito sobre a sociedade atual, afirmando que:

O poder econômico e de produção de uma empresa moderna está mais em suas capacidades intelectuais e de serviço do que em seus ativos imobilizados, como terra, instalações e equipamentos. (...) O valor da maioria dos produtos e serviços depende principalmente de como os fatores intangíveis baseados no conhecimento – Como *Know-how* tecnológico, projeto do produto, apresentação de marketing, compreensão do cliente, criatividade pessoal e inovação – podem ser desenvolvidos.

Para ANTUNES (2000), o conhecimento é elevado a maior riqueza de uma organização atual, diferentemente de outras épocas, como na antiguidade, onde os revolucionários enfocavam a reforma agrária e a partilha de terras, ou os da era industrial que idealizavam a propriedade dos meios de produção.

É possível observar nas idéias dos autores, salvo melhor entendimento, um consenso quando se trata de caracterizar sociedade atual, o conhecimento é a

“chave” para a transformação da sociedade, e a fonte de geração de novos recursos para as organizações que souberem utilizá-lo e gerenciá-lo. Diante dessas afirmações sobre a sociedade atual, o conhecimento se faz imprescindível para as organizações atuais e futuras, e com isso os capitais intelectual e humano, por possuírem uma ligação direta com a sociedade do conhecimento, ganham espaço e valorizam as organizações.

Porém, para uma melhor compreensão da sociedade atual, que é denominada por muitos autores como a sociedade do conhecimento, é necessário apontar algumas definições que possam levar a entender o que é o conhecimento no contexto desta sociedade, caracterizando e definindo esse recurso importante.

### **2.1.1 Conhecimento**

Chegar a uma definição do conhecimento é uma tarefa complexa, pois vários autores têm o seu entendimento sobre este recurso, porém, é possível extrair desses entendimentos uma particularidade: o elemento humano é imprescindível para a geração do conhecimento, isso o faz individual, ou seja, cada indivíduo possui um determinado grau de conhecimento em determinados assuntos, denominado conhecimento tácito e, este, uma vez, registrado de maneira formal torna-se explícito e pode ser explorado de forma coletiva.

As tecnologias da informação estão contribuindo e facilitando o armazenamento e a transmissão de informações que possam vir a gerar a transferência e a geração de conhecimento entre os seres humanos.

ANTUNES (2000) observa que, para definir o conhecimento na sua origem é preciso diferenciar, entre os filósofos, duas correntes: a dos empíricos e dos racionalistas. Os primeiros, afirmam que o conhecimento é derivado da experiência sensível, “Conhecimento a *posteriori*”. Os racionalistas afirmam que o conhecimento é derivado da razão, “Conhecimento a *priori*”.

NONAKA e TAKEUCHI (1997) dividem e caracterizam o conhecimento em explícito e tácito, sendo que o conhecimento explícito se traduz no conhecimento tácito registrado, podendo ser expresso em palavras e números e facilmente comunicado e compartilhado sob a forma de dados brutos, fórmulas científicas, procedimentos codificados ou princípios universais. Por outro lado, o Conhecimento tácito se define nas habilidades do indivíduo, desenvolvidas por meio de experiências adquiridas e relacionadas com as suas percepções, crenças e valores que este tem como verdades e que refletem na forma de observação da realidade, intervindo na sua maneira de agir e perceber o mundo.

DAVENPORT e PRUSAK (1998), afirmam que conhecimento não é dado nem informação, apesar de estar relacionado com esses termos. Segundo estes autores, muitas pessoas acreditam que o conhecimento tem um sentido mais amplo e mais rico que dados e informação e o definem como uma mistura fluida da experiência condensada, valores, informação contextual e *insight* experimentado, a qual proporciona uma estrutura para avaliação e incorporação de novas experiências e informações. O Conhecimento é aplicado e tem origem na mente dos indivíduos.

CRAWFORD (1994, p. 21), afirma que “o conhecimento é a capacidade de aplicar a informação a um trabalho ou a um resultado específico. (...) A informação é a matéria prima para o conhecimento”.

TRISKA (2001) afirma que o conhecimento resulta das formas características individuais das pessoas em abstrair conteúdo de determinados eventos, possibilitando uma reformulação na forma de observá-los, motivando uma nova análise desses eventos. E o resultado recai sobre as alternativas cabíveis para percepção da situação apresentada.

Analisando as argumentações dos autores, é possível abstrair delas, salvo melhores entendimentos, a indicação de subjetividade na forma de definição do conhecimento. Mas, de certa forma, entende-se que o conhecimento é gerado na

mente humana, a partir de experiências adquiridas e transmitidas de um indivíduo para outro.

### **2.1.2 Tecnologias da Informação**

Para TEIXEIRA FILHO (2000), quando se trata das tecnologias da informação na sociedade do conhecimento é necessário analisar as contribuições dessas tecnologias para a competitividade das organizações, nas quais estas proporcionam meios para selecionar, analisar, transmitir e gerenciar as informações externas à empresa e para a memória organizacional, na qual o interesse está nas ferramentas para ajudar a organizar, preservar e disponibilizar o acervo informacional da empresa.

As tecnologias da informação têm uma função estratégica para as organizações na sociedade do conhecimento. TEIXEIRA FILHO (2000) explica essa afirmação dizendo que a função é contribuir para o desenvolvimento do conhecimento coletivo e do aprendizado contínuo, facilitando o compartilhamento, entre as pessoas da organização, de problemas, perspectivas, idéias e soluções. O papel das tecnologias da informação está relacionado tanto aos processos de criação, disseminação, armazenamento e atualização de informações, quanto a geração de produtos informacionais como documentos de textos, hipertextos, vídeos, livros, *sites* entre outros. Os conceitos fundamentais de Ikurijo Nonaka e Hirotaka Takeuchi, em seu livro, *Criação do conhecimento na empresa*, apontam que as transformações do conhecimento tácito e explícito, precisam ser apoiadas nas ferramentas da tecnologia da informação.

Entretanto, é ilusório imaginar que a simples utilização da tecnologia da informação irá trazer ganhos acentuados às organizações. Para DAVENPORT e PRUSAK (1998), a tecnologia, sozinha, não fará com que a pessoa possuidora do conhecimento o compartilhe com as outras. Ela não fará com que o funcionário que não tem interesse na busca do aprendizado se coloque diante do computador e

comece a pesquisar. O simples investimento em tecnologia não criará uma organização de aprendizado contínuo, nem uma empresa criadora do conhecimento. Ou seja, apesar do seu importante papel na sociedade do conhecimento somente a tecnologia pouco pode acrescentar no processo de criação de conhecimento dentro de uma organização.

Para TEIXEIRA FILHO (2000), a vantagem competitiva de qualquer organização está centrada nas pessoas. Na sua disciplina, motivação, qualificação e participação, ou seja, antes da aquisição equipamentos de tecnologia, os investimentos devem se focar no potencial criativo e inovador dos indivíduos da organização, identificando e desenvolvendo neles novas habilidades e fazendo com que elas se relacionem plenamente com o processo de trabalho, com treinamento e educação geral. O autor segue afirmando que não são raros os casos em que estratégias empresariais centradas no investimento em tecnologia e informatização de processos produzem resultados insuficientes em termos de melhoria de desempenho organizacional. VALLE (1996), ratifica essa afirmação dizendo que de forma geral, boa parte dos insucessos de organizações que investiram pesadamente em tecnologia se explicam pelo fato que estes investimentos são processados sem que, antes disso, haja um planejamento e identificação das reais necessidades das organizações.

É possível entender o fato de que as tecnologias colaboram para o desenvolvimento da sociedade do conhecimento, porém é necessário considerar que essas tecnologias devem ser observadas como ferramentas de apoio e não o pilar central da criação do conhecimento organizacional, pois o elemento humano detém este papel, uma vez que, com o seu intelecto, suas habilidades para criar, inovar e desenvolver, tem em si a chave o desenvolvimento das organizações na sociedade conhecimento.

### 2.1.3 Organizações na Sociedade do Conhecimento

As mudanças que ocorrem na sociedade atual revelam uma nova realidade com novas estruturas econômica, política, social e tecnológica. Isso faz com que as organizações e as pessoas tenham que se adaptar ao novo ambiente para se enquadrar na sociedade do conhecimento.

Para DRUCKER (1993, p.27) “uma organização é um grupo humano composto por especialistas que trabalham em conjunto em uma tarefa comum”. Para o autor, ela é sempre especializada e definida por seu segmento. Quanto à função das organizações, DRUCKER (1997) afirma que sempre foi a de potencializar e tornar produtivos os conhecimentos por meio da integração de habilidades numa tarefa comum.

SILVA (2002) complementa a afirmação de Drucker argumentando que para uma organização ser bem sucedida, ela precisa definir rapidamente o que é importante para si, e que, para sobreviver, esta organização precisa desenvolver as suas habilidades de renovação e se enquadrar ao ambiente de forma ativa. Tudo isso resultará num processo contínuo de interação entre a organização e o ambiente, fazendo com que fornecedores e clientes tornem-se parceiros.

CHIAVENATO (1993), define uma organização como uma associação formal de pessoas que possui objetivos previamente estabelecidos e em comum, podendo, esses objetivos, serem empresariais ou não.

Observando a importância do conhecimento para as organizações DAVENPORT e PRUSAK (1998, p. 64), afirmam que: “na falta do conhecimento, organizações não poderiam se organizar; elas não conseguiriam manter-se em funcionamento”.

Segundo ANTUNES (2000), o conhecimento está ditando a forma de criação, desenvolvimento e reformulação das organizações, bem como, tem responsabilidade pelo seu fracasso. As mudanças no meio empresarial se fazem

presentes, no desenvolvimento das economias e em como as sociedades prosperam.

Diante disso, os indivíduos apresentam uma relação própria de interdependência com as organizações do conhecimento, em vez da divisão de classes, como no capitalismo, onde havia os capitalistas *versus* o proletariado. Conforme o ponto de vista de DRUCKER (1993) os indivíduos são dependentes das organizações porque estas proporcionam a possibilidade de trabalhar. Porém, por outro lado, estes trabalhadores possuem um recurso importante para as empresas: o conhecimento, surgindo então, a interdependência entre indivíduo e organização.

Segundo ANTUNES (2000, p.48) “do ponto de vista da organização, os gerentes terão que saber lidar com esses funcionários para abstrair o máximo de suas capacidades, a fim de obter a vantagem competitiva, identificar os atributos necessários para a realização de cada tarefa em especial, bem como a aplicação do conhecimento implícito e explícito no desenvolvimento de novos trabalhos”.

As organizações, por sua vez, devem estar cientes de que em sua estrutura é indispensável gerenciar mudanças, ou seja, estarem aptas para renunciar ordenadamente ao ambiente de inércia, em virtude da própria natureza volátil do conhecimento. Para tanto, elas precisam ser flexíveis e descentralizadas, fazendo com que a tomada de decisões seja de forma rápida, consistente e baseadas na proximidade com o ambiente no qual ocorrem.

CARDOSO JUNIOR (2003), observa que o novo contexto empresarial exige que as organizações tenham o foco na criação e na gestão do conhecimento, deixando de se postarem apenas como administradoras de dados e informações. Para tanto, segundo o autor, é importante que os gerentes observem as novas gerações de profissionais do conhecimento que estão adentrando o mercado, familiarizadas com as tecnologias e detentoras de valores e perfil adequados a sociedade atual.

## 2.2 CONTABILIDADE

A Contabilidade é um instrumento que tem como fim propiciar às organizações, por meio de relatórios contábeis, informações e interpretações consistentes quanto a composição e variação do patrimônio destas. Quanto ao capital intelectual, a Contabilidade tem a possibilidade de auxiliar na percepção do seu valor e do seu impacto na organização. Isso pode ser feito pelas demonstrações contábeis, desde que essas sejam condizentes com a realidade das organizações, mensurando de forma eficaz todos os ativos da empresa, principalmente os intangíveis, geradores do capital intelectual, e que oferecem dificuldades na sua mensuração.

Este tópico tem o objetivo trazer uma compreensão da contabilidade e das suas funções, contextualizando-a na sociedade do conhecimento. Contudo, a proposta não é de uma caracterização exaustiva, mas uma descrição que tem o intuito de fazer entender qual a função da contabilidade e em que ela pode vir a ajudar as organizações.

### 2.2.1 Caracterização da Contabilidade

“A Contabilidade é a ciência que estuda, controla e interpreta os fatos ocorridos no patrimônio das entidades, mediante o registro, a demonstração expositiva e a revelação desses fatos, com o fim de oferecer informações sobre a composição do patrimônio, suas variações e o resultado econômico decorrente da gestão da riqueza patrimonial” (TORRES, 1996, p.6).

Ainda, segundo o autor, essas informações são indispensáveis para a orientação administrativa, permitindo maior eficiência na gestão econômica da organização e no controle dos bens patrimoniais. Porém, não é somente para a administração que interessa o controle. As informações e as interpretações do

patrimônio, com sua composição e suas variações, interessam também aos investidores, fornecedores, financiadores, autoridades fiscais, e demais pessoas ou entidades que mantêm relações econômicas com organização administrada e que possuem interesses vinculados ao patrimônio.

Para MARION (1998, p. 24) a Contabilidade fornece o máximo de informações úteis para a tomada de decisões dentro e fora da empresa. Para o autor, todas as movimentações possíveis de mensuração monetária são registradas pela Contabilidade, que, em seguida, resume os dados registrados na forma de relatórios.

CREPALDI (1995), define a Contabilidade como a ciência que estuda e controla o patrimônio das organizações, registrando, demonstrando e interpretando os fatos nele ocorridos, com o objetivo final de oferecer informações sobre sua composição e variação, bem como sobre o resultado econômico decorrente da gestão patrimonial.

De forma simplificada é possível entender a Contabilidade como geradora de informações sobre o patrimônio de uma organização ou pessoa, por meio de relatórios contábeis, bem como, fornecedora da demonstração e interpretação da situação econômica da organização, com o fim de contribuir com a tomada de decisões.

As funções da Contabilidade, de forma resumida podem ser classificadas da seguinte forma:

- a) controlar o patrimônio da entidade;
- b) apurar o resultado (lucro ou prejuízo);
- c) propiciar o controle dos negócios;
- d) atender as determinações legais (fiscais);
- e) fornecer informações a interessados no negócio;
- f) evidenciar as situações patrimoniais e econômicas das entidades.

### **2.2.2 Objeto da Contabilidade**

O objeto da Contabilidade é o patrimônio, e este é o elemento sobre o qual são exercidas as funções contábeis. O patrimônio é um conjunto de bens, direitos e obrigações relacionadas com a organização, e, segundo TORRES (1996 p. 7), “constitui um meio indispensável para que esta realize seus objetivos”. Para alcançá-los a administração organizacional pratica atos de natureza econômica, produzindo variações aumentativas e diminutivas na riqueza patrimonial.

Segundo CREPALDI (1995), a Contabilidade surgiu da necessidade de controlar o patrimônio e, segundo o autor, seria impossível controlá-lo sem que houvesse registros organizados sobre todas as variações ocorridas.

Com o objetivo de conhecer a situação patrimonial das organizações em determinado momento, assim como, suas variações e os efeitos da ação administrativa sobre a riqueza patrimonial, é que a contabilidade registra, demonstra e analisa os fatos ocorridos no patrimônio evidenciando seus aspectos específicos e quantitativos.

### **2.2.3 Evolução Histórica da Contabilidade**

Considera-se a Contabilidade uma das ciências mais antigas. Segundo IUDICIBUS (1997, p. 30) “alguns historiadores fazem remontar os primeiros sinais objetivos da existência de contas aproximadamente a 4.000 anos a. C.”. Segundo TORRES (1996), se tem conhecimento da Contabilidade dos egípcios e babilônicos que datam aproximadamente do ano 4000 a.C., quando relatavam o pagamento de salários e impostos, cuja escrituração era feita nos chamados “cuneiformes”, em cerâmica e em argila. Porém, esta ciência somente atingiu a sua maturidade entre o século XIII e XIV com o comércio das Índias, o renascimento, a burguesia, mercantilismo etc. No século XV o frade franciscano Frei Luca Pacioli divulgou o método de registro dos fatos econômicos por meio de sua obra publicada em 1494

um livro de Contabilidade. Este método foi denominado método das partidas dobradas tem sido de grande utilidade nos meios contábeis até os dias de hoje. Segundo CREPALDI (1995, p. 98), “o método das partidas dobradas pressupõe que, no registro dos fatos administrativos, a cada débito, em uma ou mais contas, de determinado valor, corresponderá um crédito de igual valor, em uma ou mais contas. Ou seja, todo o crédito que é lançado em uma conta faz surgir o registro de no mínimo um débito para outra conta”.

Contudo a contabilidade tradicional tem sofrido sérias críticas nos últimos anos, sobretudo, quanto a mensuração do capital intelectual ou dos ativos intangíveis, a qual tem sido julgada ineficiente pelos autores que discorrem sobre o assunto sob o ponto de vista da sociedade do conhecimento.

#### **2.2.4 Contabilidade e a Sociedade do Conhecimento**

A contabilidade tradicional e suas técnicas têm sido objeto de críticas pela incapacidade de adaptação ao novo ambiente competitivo. Um dos motivos dessas críticas é diferença entre o valor de determinadas organizações que são apresentados nos relatórios contábeis e o valor que o mercado tem atribuído as mesmas. Esta diferença tem sido conferida aos ativos intangíveis e de forma mais recente ao capital intelectual, que, segundo, diversos autores, não são evidenciados de forma concreta nos balanços anuais. BARROSO e GOMES (1999), enfatizam que em muitas empresas os valores dos ativos intangíveis superam o dos ativos contábeis, e salienta que a diferença de valor entre os ativos intangíveis e os ativos tangíveis é cada vez maior.

SVEIBY (2000) ressalta que a avaliação desses ativos deve ser executada de forma cautelosa, tendo em vista que o seu impacto não ocorre somente sobre a organização. Para o autor, conhecimento juntamente com outros fatores – os clientes e fornecedores – tornou-se a base de suas estruturas interna e externa.

Cabe, portanto, à Contabilidade, os esforços no sentido de se enquadrar na sociedade do conhecimento, podendo, assim, mensurar com maior objetividade os ativos Intangíveis propiciando às empresas informações mais próximas da realidade organizacional, evitando a divulgação de balanços que não sejam tecnicamente confiáveis.

### 2.3 ATIVOS INTANGÍVEIS, *GOODWILL* E CAPITAL INTELECTUAL

O interesse pelo capital intelectual, vem aumentando nos últimos anos. Isso se justifica, em muitos casos, pela identificação de uma grande lacuna entre o valor contábil e o valor de mercado de determinadas organizações. Esta lacuna está vinculada, em grande parte, ao capital intelectual e por isso, acadêmicos e organizações têm se dedicado a entender este capital, no intuito de preenchê-la. Contudo, para as organizações este é um assunto novo, cercado de incertezas e deve ser analisado com muito cuidado e de forma bastante crítica, tendo em vista que os riscos com a prática de investimentos no capital intelectual ainda não são totalmente conhecidos. No Brasil os estudos, formalizados, do assunto, são recentes e pouco conhecido pelas empresas, enquanto no exterior, principalmente nos países desenvolvidos, algumas organizações já colocaram em prática, experiências sobre a mensuração do capital intelectual. Como é o caso da *Skandia Assurance & Financial Services* (AFS), que desde 1991 demonstra preocupação com este assunto, realizando estudos e conseguindo chegar a um modelo para mensurar o capital intelectual.

O termo capital intelectual utilizado por Thomas Stewart, Edvinsson e Malone, José Cláudio Terra entre outros, é tratado de diversas formas na literatura, e algumas delas estarão caracterizadas neste trabalho, como é o caso dos ativos intangíveis, nomenclatura utilizada por Karl Sveiby, Hope e Hope entre outros, bem como o *goodwill* termo utilizado por Eliseu Martins entre outros.

### 2.3.1 Ativos Intangíveis

Antes de caracterizar os ativos intangíveis, é preciso entender o que são ativos. Segundo ANTUNES (2000), ativo é tratado na contabilidade tradicional como os bens e os direitos da organização, expressos em moeda. São classificados em ativos tangíveis e ativos intangíveis. Sendo que os ativos tangíveis possuem forma física e os ativos intangíveis não a possuem.

Os ativos tangíveis têm, normalmente, sua posição demonstrada em balanços contábeis, sendo considerados alguns critérios existentes na contabilidade, como a sua depreciação, a valoração entre outros. A demonstração dos tangíveis consiste em uma tarefa menos complicada do que mensurar um intangível, que por sua natureza “invisível” possuem um certo grau de subjetividade e incerteza na sua mensuração.

Diante do exposto, o problema da contabilidade consiste nos ativos intangíveis, principalmente por serem parte essencial na formação do valor real de uma organização.

SVEIBY (1998) propõe que os ativos intangíveis constantes no balanço patrimonial de uma organização sejam classificados como um grupo de três elementos: “*competência do funcionário, estrutura interna e estrutura externa*”.

Sendo que a competência do funcionário está relacionada com a capacidade de agir em situações diversas, o autor salienta que a competência individual é propriedade única e exclusiva da pessoa que a possui. Porém, ela deveria estar incluída no balanço patrimonial dos ativos intangíveis, pois é impossível conceber uma organização sem pessoas. Ainda, segundo o autor, nas organizações do conhecimento os equipamentos são secundários se comparados aos funcionários. Uma vez que, somente os funcionários possuem habilidades de ação passando a ser os mentores desses equipamentos e os próprios equipamentos da organização.

A estrutura interna, geralmente pertence a organização, e nela estão incluídas as patentes, modelos e sistemas administrativos e de computadores, que são criados pelos funcionários. Para SVEIBY (1998), a estrutura interna aliada aos indivíduos constitui uma organização.

Finalmente, a estrutura externa engloba as relações com clientes e fornecedores, bem como as marcas registradas e a reputação ou imagem da empresa. A avaliação desses ativos é baseada no grau de satisfação por meio da solução de problemas pela organização. Porém estes ativos são cercados por um alto grau de incerteza, pois as relações com os com clientes e fornecedores podem mudar ao longo do tempo, afetando diretamente a estrutura organizacional.

A figura 1 demonstra a divisão de ativos intangíveis feita por Sveiby.

FIGURA 1 – ATIVOS INTANGÍVEIS

	<b>Ativos Intangíveis</b> (Ágio sobre o preço das ações)		
	Patrimônio Visível (valor contábil) é igual ao valor dos Ativos Tangíveis menos a dívida visível	Estrutura Externa (marcas, relações com clientes e fornecedores)	Estrutura Interna (a organização: gerência, estrutura legal, sistemas manuais, atitudes, P&D, software)

Fonte: SVEIBY (1998, p.14)

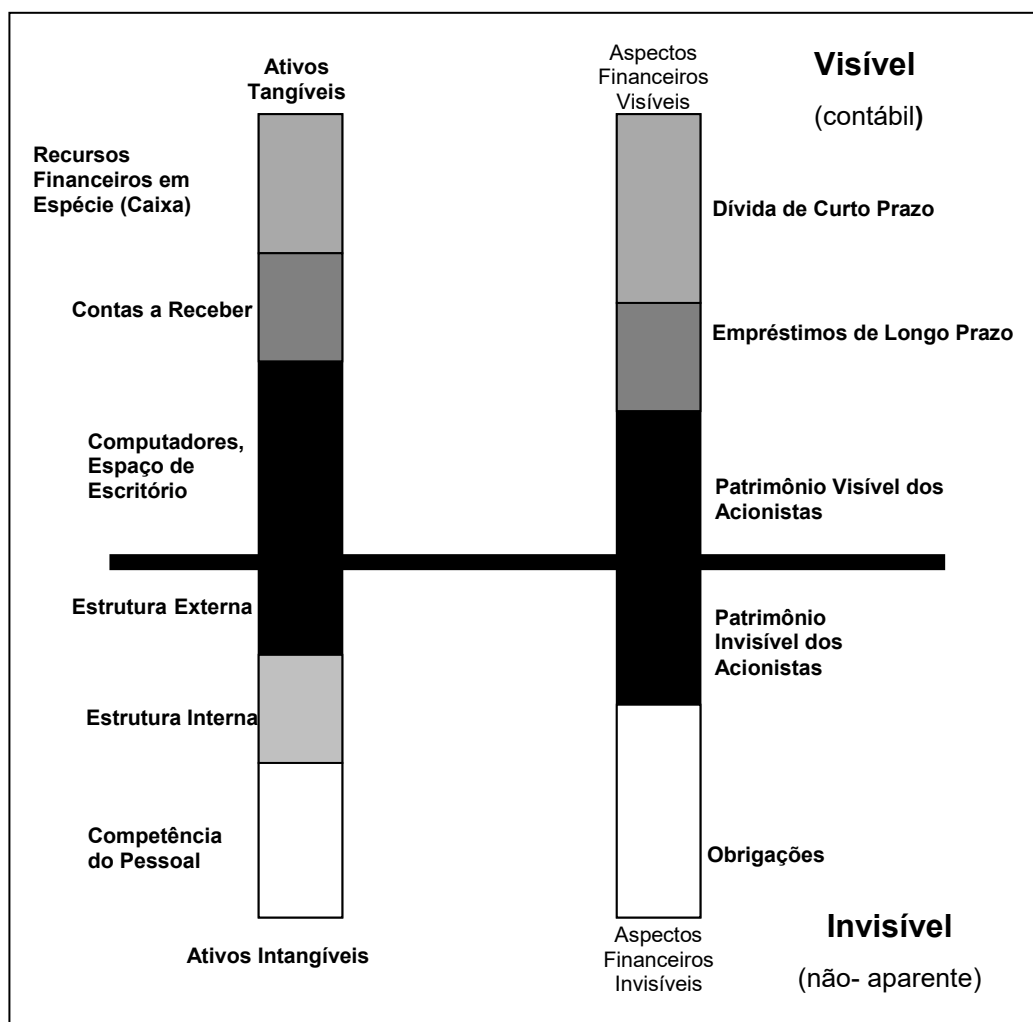
Portanto, os ativos intangíveis formam uma parte importante das organizações e é notória a presença do intelecto humano para a formação e criação deste tipo de ativo. Porém, como afirmam HOPE e HOPE (2000), a maior parte das empresas identifica os ativos intangíveis realmente como ativos e até mesmo as classificam como tal na contabilidade, porém a valores de custo e não a valores de mercado. No entanto, boa parte dos ativos baseados em conhecimento na maioria das empresas são encontrados em outros lugares da organização, Isto é, nas

mentos dos funcionários, independente do nível deste na empresa. Outros estão embutidos nas tecnologias (pacotes de *software*, banco de dados e sistemas de informação) que codificam e armazenam os conhecimentos da empresa. E ainda, outros ativos estão nos relacionamentos pessoais e nos padrões de conhecimento compartilhado, que reforçam a continuidade dos fornecedores e clientes. A base de quase todos reside nos relacionamentos e nas capacidades da empresa e não são classificados pela contabilidade.

### **2.3.2 Balanço Patrimonial dos Ativos Intangíveis**

A seguir é demonstrado (na figura 2) um modelo proposto por SVEIBY (1998) do balanço patrimonial dos ativos intangíveis indicando os três grupos citados pelo autor.

FIGURA 2 – BALANÇO PATRIMONIAL DE INTANGÍVEIS CRIADO POR SVEIBY



Fonte: SVEIBY (1998, p. 11)

Analisando o modelo de balanço patrimonial idealizado por Sveiby, é possível observar que o autor utiliza o termo “visível” para os ativos tangíveis e “invisível” para os ativos intangíveis. Evidenciada-se igualmente, a proposta do autor quanto divisão dos ativos intangíveis.

O balanço patrimonial “invisível” apresentado consiste em competência do funcionário e estruturas interna e externa. Esses ativos intangíveis têm uma implicação substancial no financiamento de uma empresa do conhecimento. Por isso, se faz importante frisar que os ativos intangíveis de uma organização, se mal gerenciados, podem comprometer o seu desempenho, podendo, em alguns casos, contribuir para o fechamento do negócio.

### 2.3.3 Goodwill

O goodwill é tratado pelos autores como um assunto complexo. MARTINS (2001, p. 112):

(...) discorrer sobre *goodwill* é uma tarefa árdua, que envolve vários assuntos diferenciados e até mesmo conflitantes, é um assunto relativamente antigo, mas que até os dias de hoje continua sendo muito debatido. Por causa das características da economia atual, o *goodwill* voltou a ser tema relevante tanto no meio acadêmico quanto no mercado de capitais. Se muitas de suas características ainda são motivos de grandes discussões, ainda maiores são aquelas quanto a sua avaliação e contabilização.

O *goodwill* pode ser considerado um ativo pela sua capacidade de geração de benefícios futuros para a organização. Ele se constitui em ativos intangíveis que são identificáveis separadamente, tais como: marcas e patentes criadas dentre outros. Para MARTINS (2002) o *goodwill* é um ativo que, quando adquirido, é passível de ser reconhecido contabilmente, porém quando este ativo é gerado internamente a tarefa é bem mais complexa.

Para a contabilidade financeira o *goodwill* é reconhecido e contabilizado somente na aquisição, ou seja no momento da compra de ativos ou de uma organização. Para ANTUNES (2000), o *goodwill* corresponde a diferença entre o valor presente da empresa no seu todo, ou seja, sua capacidade de geração de lucros futuros, e o valor econômico de seus ativos, apresentando por tanto, uma característica residual.

MARTINS (2001, p.124), afirma que “*goodwill* pode ser considerado como resíduo existente entre a soma dos itens patrimoniais mensurados individualmente e o valor global da empresa. Seu dimensionamento pressupõe a identificação de tudo aquilo que se possa receber um valor específico, inclusive os intangíveis”.

IUDICIBUS (2000, p 205) considera o *goodwill* sob três aspectos:

- a) o excesso de preço pago pela compra de um empreendimento ou patrimônio sobre o valor de mercado de seus ativos líquidos;
- b) nas consolidações, como o excesso de valor pago pela companhia-mãe por sua participação sobre os ativos líquidos da subsidiária; e
- c) como o valor atual dos lucros futuros esperados, descontados por seus custos de oportunidade.

Para o autor, o *goodwill* tipos “a e b” é registrado pela contabilidade, entretanto o tipo “c”, que tem a denominação de “*goodwill* subjetivo”, é originado das expectativas sobre a rentabilidade futura do empreendimento, também de forma subjetiva. O *goodwill* tipo “a” apesar de ser originado também de expectativas, é concretizado em um preço efetivo pago a mais. As empresas não registram o *goodwill* tipo “c” devido as dificuldades quanto a problemas de objetividade.

Então, é possível compreender, salvo melhores entendimentos, que o *goodwill* se constitui em um ativo de natureza intangível. E representa o que o patrimônio líquido, de determinada, organização consegue alcançar em termos de valor, no momento da compra de uma empresa como um todo, acima do que seria obtido com a negociação de cada ativo, de forma individual, a preços de mercado.

#### **2.3.4 Capital Intelectual**

O capital intelectual é um termo que surgiu recentemente, EDVINSSON e MALONE (1998), iniciaram a formalização do termo capital intelectual na década de 90, quando Leif Edvinsson liderou o grupo que criou o primeiro relatório suplementar, que se tem conhecimento, sobre o capital intelectual.

Para EDVINSSON e MALONE (1998), o capital intelectual sempre foi um fator importante na ascensão de organizações e pessoas. Apesar disso, os estudos que cercam o assunto aumentaram nos últimos anos, devido a atenção voltada para a diferença entre o valor das organizações calculado e demonstrado pela contabilidade e o seu valor de mercado. Esta diferença é atribuída ao capital intelectual. Nesse sentido, o mundo acadêmico e empresarial começou a voltar a atenção para este assunto com o objetivo de criar modelos e indicadores eficazes para a mensuração desse capital.

STEWART (2000) afirma que capital intelectual é o conhecimento existente em uma organização que pode ser usado para criar uma vantagem diferencial e a

capacidade que uma organização possui de suprir a exigências do mercado originando-se da interação do capital estrutural, humano e de clientes.

Os autores HOPE e HOPE (2000) também identificam três tipos de capital intelectual capital humano, capital interno ou estrutural e capital externo ou baseado no mercado. O capital humano ou competências incluem a experiência, as habilidades e a capacidade das pessoas da organização. São de propriedades das pessoas. O capital interno ou estrutural inclui as patentes, as marcas registradas, os direitos autorais; o estoque de conhecimentos nos bancos de dados e nas listas de clientes; e o desenho e a capacidade dos sistemas de informação. São, geralmente, de propriedade da empresa. O capital externo ou baseado no mercado, inclui a rentabilidade e a lealdade dos clientes e a força das marcas, das licenças e das franquias. São os relacionamentos da organização.

Já para ANTUNES (2000), o capital intelectual é definido como uma combinação de ativos intangíveis, que são resultados de mudanças nas áreas da tecnologia da informação, mídia e comunicação. A autora divide o capital intelectual em quatro categorias: ativos de mercado, ativos humanos, ativos de propriedade intelectual e ativos de infra-estrutura. Assim, a autora, define as categorias da seguinte forma:

Ativos de mercado: potencial que a empresa possui em decorrência dos intangíveis, que estão relacionados ao mercado, tais como marca, clientes, lealdade dos clientes, negócios recorrentes, negócios em andamento (balcklog), canais de distribuição, franquias etc;

Ativos humanos: os benefícios que o indivíduo pode proporcionar para as organizações por meio de sua expertise criatividade, conhecimento, habilidade para resolver problemas, tudo visto de forma coletiva e dinâmica;

Ativos de propriedade intelectual: os ativos que necessitam de proteção legal para proporcionarem às organizações benefícios, tais como *Know-how*, segredos industriais, *copyright*, patentes *designs* etc;

Ativos de infra-estrutura: as tecnologias, as metodologias e os processos empregados como cultura, sistema de informação, métodos gerenciais, aceitação de risco, banco de dados de clientes (ANTUNES 2000, p. 78).

EDVINSSON e MALONE (1998) dividem esse capital em dois grupos o “capital humano” e “capital estrutural” sendo que o capital humano inclui valores, cultura e filosofia da empresa, além da capacidade individual de seus funcionários

em combinar conhecimentos e habilidades para inovar e realizar suas tarefas. Esse capital não pode ser negociado. O capital estrutural, por outro lado, inclui todo o *hardware*, *software*, *databases*, patentes, marcas e demais ativos de mesma natureza da empresa, o capital estrutural é propriedade da empresa, podendo, dessa forma, ser objeto de transação econômica.

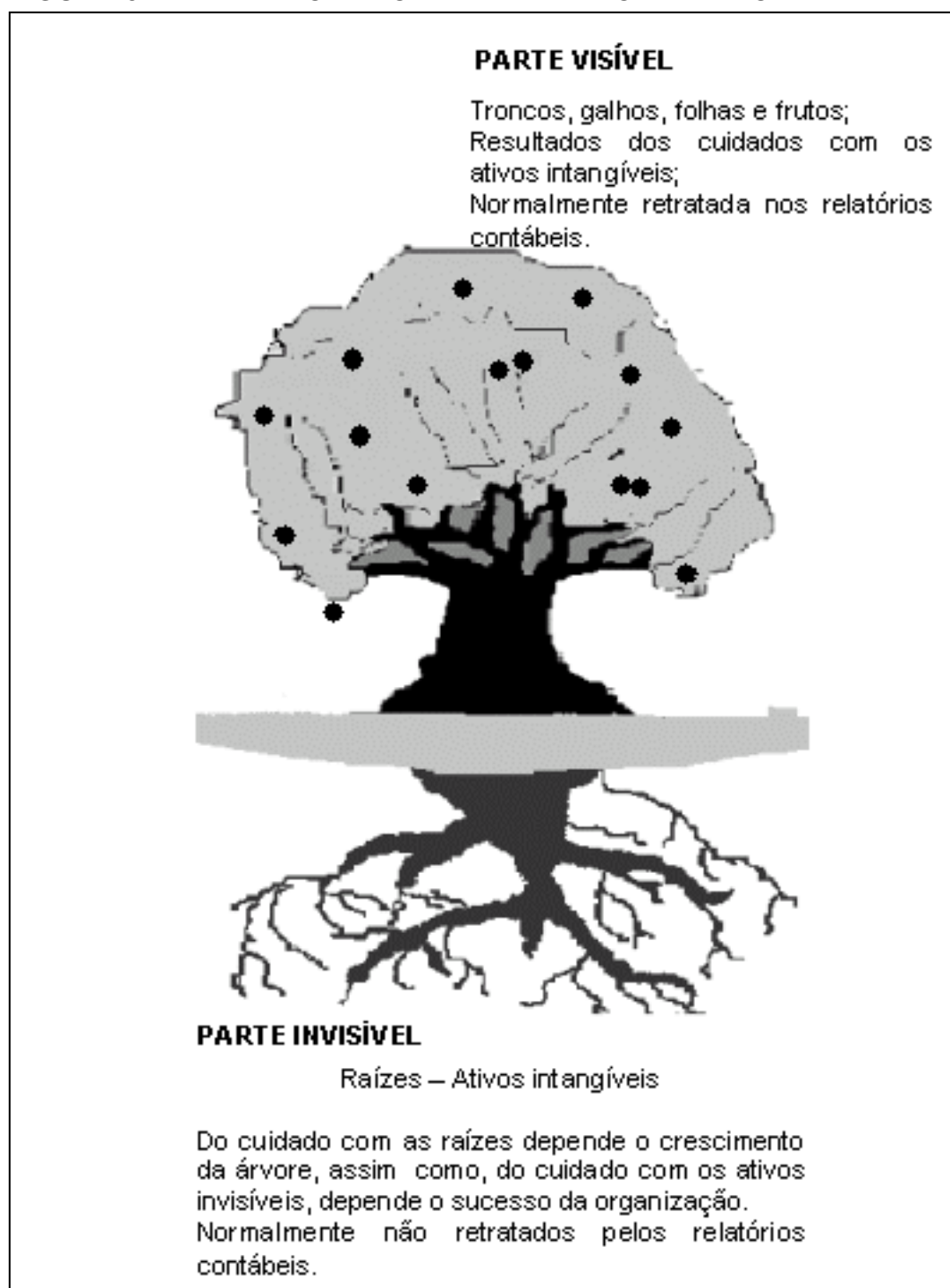
Assim, conforme as definições de capital intelectual, pode-se entender, salvo melhor entendimento, que este se origina do capital humano, o qual é de propriedade do funcionário, porém os benefícios gerados por ele formam a estrutura interna da organização e capital estrutural, que engloba os relacionamentos da organização com os clientes, fornecedores e o seu ambiente externo.

Para melhor visualizar o capital intelectual nas organizações EDVINSSON e MALONE (1998) utilizaram, como fonte de entendimento, uma metáfora. Dessa forma, caracterizaram a empresa com se fosse uma árvore, na qual o tronco, os galhos e as folhas que são as partes visíveis aos observadores, representam a empresa conforme é conhecida e expressa pela contabilidade. O fruto produzido por essa árvore representa os lucros colhidos por investidores e os produtos consumidos pelos clientes.

De acordo com essa metáfora, pode se dizer que o sistema de raízes da árvore é o valor invisível das empresas. Para que esta árvore produza bons frutos, é preciso que as suas raízes sejam fortes e saudáveis. Assim como a qualidade do fruto de uma árvore depende do seu conjunto de raízes, a qualidade de uma organização empresarial e a solidez de seu capital financeiro dependem igualmente do cuidado com seus valores invisíveis. Portanto, cuidar dessas raízes permitirá que a empresa cresça. Da mesma forma que, permitir que elas sequem ou se tornem avariadas fará com que a empresa, não importando o quanto pareça sólida, irá finalmente entrar em colapso e morrer.

A metáfora de Edvinsson e Malone está representada na figura 3.

FIGURA 3 – RAÍZES DO VALOR DE EDVINSSON E MALONE



Fonte: Adaptado de ZEM e IESBIK (2002)

Visualizando a figura 3, que demonstra a metáfora de Leif Edvinsson, pode-se abstrair que o sistema de raízes da árvore é comparado aos ativos intangíveis da organização, isto é, o relacionamento com clientes e fornecedores, o conhecimento organizacional, e todo o capital intelectual reconhecido nos funcionários, *software*, *know-how*, capacidade e tecnologias, dentre outros. E a parte “visível” da árvore é representada na organização pelos ativos tangíveis. Os frutos representam os lucros colhidos pela organização. O tronco e os galhos representam os outros ativos tangíveis da empresa que são contabilizados. É preciso ter cuidado, pois a empresa pode estar com uma aparência sólida e as raízes estarem “doentes”, isto significa que a saúde da empresa terá o seu futuro comprometido. Transportando a essa metáfora para a realidade da organização, é imprescindível a cautela com o capital intelectual, sua percepção e sua mensuração, pois disso pode depender o futuro da empresa.

### 2.3.5 O Capital Intelectual e o Valor de Mercado de uma Organização

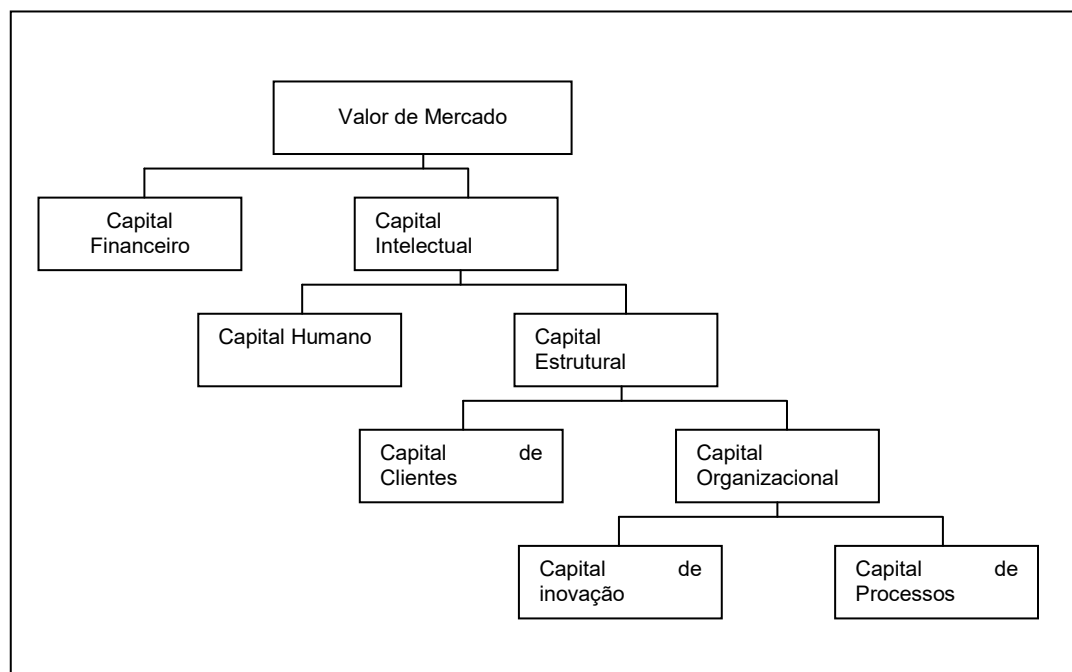
O interesse pelo capital intelectual começou com a constatação de que o valor de mercado de diversas empresas é maior do que o seu valor contábil. Isto é, valor total das ações dessas empresas é composto em grande parte pelos ativos intelectuais ou intangíveis, como a capacidade de inovação, o talento dos funcionários, relacionamento com clientes e fornecedores, dentre outros, que não são demonstrados pela contabilidade.

Segundo STEWART (1998, p. 51):

Quando o mercado de ações avalia uma empresa 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 do 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, constituem seu capital intelectual.

As empresas vêm percebendo que o valor contábil de seus ativos fixos está, em muitos casos, diminuindo em relação ao seu valor de mercado já que este valor está sendo medido em termos da capacidade que possuem de exploração de seu conhecimento. SVEIBY (1998), coloca que as ações da Microsoft foram vendidas a um preço médio de US\$ 70 no ano de 1995, momento em que o seu valor contábil era de US\$ 7, ou seja para cada US\$1 de valor registrado pela contabilidade o mercado adicionava US\$9, valor este que não originava nenhum lançamento no balanço patrimonial da empresa, esta diferença entre o valor contábil e o valor de mercado está atrelada aos ativos intangíveis. Na mesma linha de raciocínio EDVINSSON e MALONE (1998) afirmam que a diferença entre o valor patrimonial das ações e seu valor de mercado se atribui ao capital intelectual, e a justificam pela introdução de novos valores não financeiros como demonstra ao esquema representado pela figura 4.

FIGURA 4 – ESQUEMA DA SKANDIA PARA O VALOR DE MERCADO



Fonte: EDVINSSON E MALONE (1998, p. 47)

Devido a esta diferença entre o valor de mercado e o valor contábil de uma organização estar atribuída ao capital intelectual, este representa um desafio para a contabilidade tradicional, por se tratar um ativo intangível e, por isso, de difícil mensuração. ANTUNES (2000, p. 76) afirma que “atribuir valor a um ativo tangível parece ser mais fácil do que a um ativo intangível, pois, com raras exceções, e por definição, os ativos tangíveis possuem corpo e não necessitam de uma avaliação com maior grau de subjetividade, levando-se em conta algumas considerações quanto a valoração do preço de custo, de mercado ou de realização”. TERRA (2000 p. 184), afirma que:

É muito difícil mensurar o valor dos ativos intangíveis (conhecimento cuja propriedade é amparada por lei, p. ex.: patentes marcas, direitos autorais etc.) pelos métodos contábeis tradicionais. Já os recursos intangíveis (processos de trabalho, conhecimentos e habilidades dos funcionários, relações da empresa com os clientes, fornecedores, comunidade etc.) não são refletidos de maneira alguma nos balanços contábeis.

Para EDVINSSON e MALONE (1998, p. 57) “quanto mais complexo um ambiente empresarial, mais sofisticado serão os instrumentos necessários para operar nele. Porém, ao mesmo tempo, se esses instrumentos são de uso universal,

eles devem também ser fáceis de manusear”. Dessa forma, para os autores citados, a dificuldade de mensuração é originada na natureza dos ativos intangíveis que necessita de um tratamento diferente ao concebido e utilizado para os ativos tangíveis, ou bem físicos da empresa.

Haja vista a diferença entre o valor contábil das ações de determinada organização se mostrar abaixo do valor de mercado da mesma, fato este que demonstra uma suposta falha no tratamento contábil, conforme coloca TERRA (2000, p. 184) que “o valor de contábil das empresas está, cada vez mais, desconectado de seu valor de mercado, conforme as regras tradicionais da contabilidade financeira (mesmo para as empresas em setores tradicionais da economia)”. O capital intelectual apresenta-se como um agregador de valor às empresas e vem se intensificando cada vez mais por se mostrar capaz de modificar o panorama de uma organização que o possui e como utilizá-lo.

### 3 RESULTADOS

Neste tópico serão descritos os resultados da pesquisa que foram obtidos por meio da análise da literatura pertinente. Será descrito o capital intelectual em relação ao valor de mercado de uma organização e também serão demonstrados alguns dos modelos de mensuração e avaliação do capital intelectual, que foram criados e aplicados nas organizações, efetuando-se uma análise dos indicadores que os compõem. Serão analisadas as argumentações dos autores que discorrem sobre o assunto e também comentado o tratamento que vem sendo aplicado a este assunto no Brasil. Será demonstrado qual o motivo das dificuldades na mensuração do capital intelectual e o que a contabilidade tradicional aponta sobre o assunto.

#### 3.1 CAPITAL INTELECTUAL

De acordo com o que foi apresentado sobre o capital intelectual, no decorrer da pesquisa ficou evidenciado, salvo melhor entendimento, um consenso na sua definição. Dessa forma, o capital intelectual pode ser definido como sendo um grupo de ativos intangíveis das organizações que estão diretamente ligados ao potencial humano da empresa e aos seus relacionamentos internos e externos, resultando na criação de novos ativos e de resultados futuros para a organização. Pode ser classificado como capital humano, no qual estão incluídas as competências, habilidades e a experiência dos indivíduos da organização e capital estrutural, que inclui os ativos criados pelos indivíduos da organização tais como: *software*, marcas e patentes dentre outros, que são considerados propriedades da empresa.

Para as organizações o capital intelectual é uma preocupação recente, uma vez que os estudos formalizados datam dos últimos anos. Destaca-se, dentre outros, o modelo de mensuração do capital intelectual gerado pela empresa *Skandia Assurance & Financial Services* (AFS), que é considerado como o primeiro relatório sobre o capital intelectual.

Pode-se inferir que no Brasil, os estudos sobre o capital intelectual são recentes e, na maior parte, baseados em estudos realizados em outros países. Entende-se, também, que grande parte das empresas possuem incertezas sobre os retornos provenientes de investimentos em capital intelectual, em especial o relacionado humano, isto por acreditarem que investimentos realizados em treinamentos e capacitação do funcionário, sejam perdidos com a saída deste da empresa. Outro motivo de incerteza é quanto a contabilidade tradicional que demonstra dificuldades para a criação e utilização de métodos efetivos para este fim.

Existe, contudo, a preocupação, em especial da Fundação Prêmio Nacional da Qualidade (FPNQ), em incentivar a prática da gestão nas organizações, inclusive do capital intelectual. Nos últimos anos, a FPNQ, introduziu em seus critérios de excelência, o critério “Informações e Conhecimento”, tendo este, o capital intelectual, como um dos itens que o compõe. Ao observar a importância do capital intelectual, a FPNQ, instiga, por meio do prêmio nacional de qualidade, as organizações a tratarem o gerenciamento capital intelectual como diferencial competitivo e de valoração.

Quanto a diferença entre o valor contábil e o valor de mercado das empresas demonstrou-se que esta se deve ao fato de que o mercado, ao avaliar uma organização, considera sua capacidade de geração de resultados, enquanto a contabilidade, ao demonstrar os resultados de determinada organização, não considera alguns dos ativos intangíveis que estão relacionados ao capital intelectual da organização. A argumentação por parte da contabilidade é que os ativos intangíveis identificáveis e passíveis de mensuração estão dispostos nos resultados das empresas e a não consideração de alguns ativos se deve a sua subjetividade. Porém, por parte da gestão do conhecimento, a argumentação é de que, ainda falta uma conscientização maior para que possam ser incluídos valores que não estão sendo mensurados, mesmo que estes tenham influência para a organização, como a capacidade de inovação, o relacionamento com clientes e fornecedores e outros que podem vir a gerar benefícios futuros para a organização.

Portanto o capital intelectual não se enquadra nos modelos contábeis atuais, de forma efetiva, já que são intangíveis, de complexa avaliação e de grande subjetividade, apesar de representar valor para a empresa. Cabe, portanto, à contabilidade, desenvolver modelos de mensuração desses ativos de modo a garantir maior consistência, dando suporte à tomada de decisão nas atividades desenvolvidas pelas empresas. Contudo, estudos realizados sobre o capital intelectual por autores e organizações deram origem a alguns modelos que serão demonstrados e comentados a seguir.

### 3.2 MODELOS DE MENSURAÇÃO DO CAPITAL INTELECTUAL

Neste tópico, serão demonstrados os modelos de mensuração da Skandia AFS, criado por Leif Edvinsson, o navegador do capital intelectual, criado por Thomas Stewart e o monitor de ativos intangíveis de Karl Erik Sveiby. Salienta-se que a denominação “navegador” se refere ao fato de o modelo ser direcionado para todas as áreas da empresa e o termo “monitor” se refere a visualização que o modelo desempenha em torno da organização, ou seja, os termos “navegador” e “monitor” se referem a denominações dadas aos modelos de mensuração do capital intelectual criados. A intenção é descrever estes modelos para que se possa ter conhecimento sobre o que vem sendo feito em prol da mensuração do capital intelectual. Identificando as características que se considerarem relevantes de cada modelo.

#### 3.2.1 Modelo Navegador da Skandia AFS

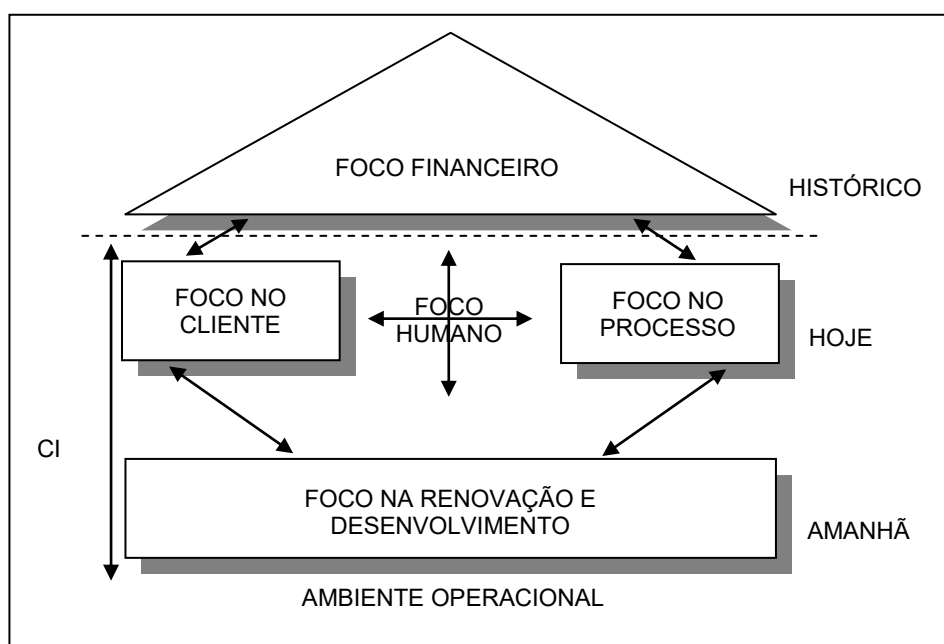
O modelo apresentado a seguir é conceituado como um dos mais ambiciosos trabalhos a cerca do capital intelectual já realizado. O projeto da Skandia

AFS, teve seu início em 1991, sendo consolidado em 1995, quando foi distribuído como suplemento da demonstração financeira anual da organização.

A proposta baseou-se na idéia de que o valor real de uma organização está atrelado a sua capacidade de criar valor de sustentação, por meio da sua visão empresarial e das estratégias resultantes desta visão. A partir das estratégias poderiam ser determinados alguns “fatores de sucesso” que deveriam ser explorados para atingir o seu máximo em termos de desempenho. Esses fatores foram agrupados, pela equipe de Jan Carindi e Leif Edvinsson, em quatro áreas, as quais seriam: foco no financeiro, foco no cliente, foco no processo e foco na renovação e desenvolvimento, essas áreas estariam ligadas com uma quinta área: a humana.

A figura 5 exemplifica o modelo do navegador de mensuração do capital intelectual da Skandia AFS.

FIGURA 5 – NAVEGADOR DA SKANDIA



Fonte: EDVINSSON e MALONE (1998, p. 60)

Explicando o modelo da Skandia nota-se um formato de casa, que segundo os autores representa a própria organização, onde o sótão constituído pelo Foco Financeiro se refere ao histórico da organização, que é demonstrado por meio das

demonstrações financeiras. As paredes, Foco no Cliente e Foco no Processo representam o presente da empresa. O futuro da empresa está representado pelo Foco na Renovação e Desenvolvimento, que são a capacidade da organização em gerar resultados. E o suporte de todos os outros focos é o Foco Humano no centro do modelo. Foi estabelecido para cada uma das áreas relacionadas do navegador, determinado número de indicadores de desempenho, que pode ser aumentado ou diminuído, dependendo da característica da organização que irá utilizá-lo, conforme demonstrado a seguir.

TABELA 1 – ÍNDICES DO FOCO FINANCEIRO

Indicadores	Unidade de Medida
Ativos representados pelos fundos (índice relacionado ao setor financeiro)	\$
Ativos representados pelos fundos/empregado	\$
Receita/empregado	\$
Receita/ativos administrados	%
Receita de prêmios seguro	\$
Receita de prêmios seguro resultante de uma nova operação	\$
Faturamento/empregado	\$
Tempo dedicado aos clientes/n.º de horas trabalhadas pelos empregados	
Resultado dos seguros/empregado	\$
Índice de perdas em comparação à média do mercado (este parâmetro refere-se à unidade de negócios voltada a seguros de aviação)	%
Rendimento direto	%
Receita operacional líquida	\$
Valor de mercado	\$
Valor de mercado/empregado	\$
Retorno sobre o valor do ativo líquido	%
Retorno sobre o ativo líquido resultante da atuação em novos negócios	\$
Valor agregado/empregado	\$
Despesas com TI (tecnologia da informação)/ Despesas administrativas	%
Valor agregado/n.º de empregados em TI	\$
Investimentos em TI	\$

Fonte: EDVINSSON E MALONE (1998, p. 70-71)

Os indicadores financeiros apresentam como características principais, as medidas para avaliar o desempenho e a produtividade de cada funcionário como, a contribuição deste para a empresa, amplitude de controle, e serviços aos clientes. Também estão representadas medidas que, além de avaliar as receitas da empresa no presente, proporcionam uma visão de como o está desempenho da empresa em novos negócios, como é o caso do item de receita de prêmios de seguros resultantes de uma nova operação. Este índice, combinado com outros indicadores de outros focos relativos ao desenvolvimento de novos produtos e treinamento de empregados, fornece informações sobre como será o desempenho da empresa no futuro.

TABELA 2 – ÍNDICES DO FOCO NO CLIENTE

Indicadores	Unidade de Medida
Participação de mercado	%
Número de clientes	
Número de clientes perdidos	
Acesso por telefone	%
Apólices de seguro de resgate	%
Classificação dos clientes (levantamento estatístico para verificar o nível de satisfação do cliente no relacionamento com a empresa)	%
Número de visitas dos clientes à empresa	
Número de dias empregados em visitar clientes	
Cobertura de mercado	%
Índice de ociosidade (direcionado ao setor de administração de carteiras imobiliárias)	%
Rendimento bruto de aluguéis/empregado	\$
Número de contratos	
Economia de gastos/contrato	\$
Número de pontos de venda	
Número de administradores de fundos	
Números de clientes internos de TI	
Números de clientes externos de TI	
Número de contratos/empregado da área de TI	
Conhecimento de TI por parte dos clientes	%

Fonte: EDVINSSON E MALONE (1998, p. 70-71)

Na tabela 2 estão relacionados os indicadores voltados para a estrutura externa da organização, oferecem informações sobre as atitudes da organização com relação aos clientes e atuação no mercado. Como característica principal tem, no índice da participação de mercado, o reconhecimento de que esta não é uma medida suficiente de sucesso, mas considera-se que se a empresa está mantendo determinada participação de mercado é porque está realizando algo de bom para os clientes.

TABELA 3 – ÍNDICES DO FOCO NO PROCESSO

Indicadores	Unidade de Medida
Despesas administrativas/ativos administrados	
Despesas administrativas/receita total	
Custo dos erros administrados/receitas gerenciais	%
Rendimento total comparado com o setor	%
Tempo do processamento dos pagamentos a terceiros	
Contratos redigidos sem erro	
Pontos funcionais/empregado-mês	
PC's/Empregado	
Laptops/empregado	
Despesas administrativas/empregado	\$
Despesas com TI/empregado	\$
Despesas com TI/despesas administrativas	%
Números de empregados em TI/ n.º total de empregados	%
Despesas administrativas/prêmios brutos recebidos	%
Capacidade do equipamento de informática	
Equipamentos de informática adquiridos	%
Empregados trabalhando em casa/n.º total de empregados	%
Conhecimento de informática dos empregados	
Meta de qualidade corporativa	
Desempenho corporativo/meta de qualidade	%
Equipamentos TI adquiridos há menos de dois anos/meta de qualidade	%
Custo do equipamento de TI adquirido há menos de dois anos/acréscimo de receita	%
Custo do equipamento de TI adquirido há menos de dois anos/acréscimo de lucro	%
Valor do equipamento de TI descontinuado pelos fabricantes	\$
Valor do equipamento de TI descontinuado pelos fabricantes/valor do equipamento total de informática	%
Custo de reposição do equipamento de TI descontinuado pelos fabricantes	\$
Valor do equipamento de TI produzido por fabricantes que cessaram suas atividades	\$
Equipamentos de TI órfãos/equipamento total de TI	%
Custo de reposição dos equipamentos de TI órfãos	%
Capacidade de TI/empregado	
Desempenho dos equipamentos de TI/empregado	

Fonte: EDVINSSON E MALONE (1998, p. 70-71)

O Foco no processo tem na tecnologia o instrumento de criação de valor para a empresa. Como característica, destaca-se a preocupação com os equipamentos de informática, sua capacidade e o relacionamento do empregado com as tecnologias disponíveis.

TABELA 4 – ÍNDICES DO FOCO RENOVAÇÃO E DESENVOLVIMENTO

Indicadores	Unidade de Medida
Despesas com desenvolvimento de competências/empregado	\$
Índice de satisfação do empregado	
Despesas de Marketing/cliente	\$
Despesas de marketing/ativos administrados	\$
Porcentagem das horas de “Método e Tecnologia”	%
Porcentagem das horas de treinamento	%
Porcentagem das horas de desenvolvimento	%
Despesas de R&D*/despesas administrativas *(os autores utilizam Renewal + Development em vez de Research and Development, portanto quando a referencia for a Skandia será utilizado R&D e não P&D)	%
Despesas com TI/despesas administrativas	%
Despesas de treinamento/empregado	\$
Despesas de treinamento/despesas administrativas	%
Prêmios de novos tipos de seguro	%
Crescimento do premio líquido	%
Despesas de desenvolvimento de negócio/despesas administrativas (este índice mede o compromisso da empresa em acumular capital estrutural para o futuro)	%
Porcentagem de empregados com menos de 40 anos	%
Despesas de desenvolvimento de TI/despesas de TI	%
Recursos investidos em R&D/investimento total	%

Fonte: EDVINSSON E MALONE (1998, p. 105-106)

O foco na renovação e desenvolvimento, tem o objetivo, de visualizar as oportunidades que irão definir o futuro da empresa. Este foco tem, em seus indicadores, a finalidade de medir aquilo que está sendo feito no presente e o que poderá ser alcançado no futuro, com treinamento, desenvolvimento de competências, investimentos em pesquisas, nos treinamento dos empregados, dentre outros.

TABELA 5 – ÍNDICES O FOCO HUMANO (ÍNDICES GERAIS)

Indicadores	Unidade de Medida
Índice de liderança	%
Índice de motivação	%
Índice de empowerment	
Número de empregados	
Número de empregados/Número de empregados em parcerias	%
Rotatividade dos empregados	%
Número médio de anos de serviços com a empresa	
Número de gerentes	
Número de gerentes do sexo feminino	
Despesas de treinamento/empregado	\$
Idade média dos empregados	
Porcentagem de empregados com menos de 40 anos	%
Tempo de treinamento	Dias/ano

Fonte: EDVINSSON E MALONE (1998, p. 105-106)

TABELA 6 – ÍNDICES O FOCO HUMANO (APLICADOS TRABALHADORES)

Indicadores
Número de empregados permanentes em período integral
Porcentagem de empregados permanentes em período integral em relação ao total de empregados
Idade média dos empregados permanentes em período integral
Tempo médio de casa dos empregados permanentes em período integral
Rotatividade anual dos empregados permanentes em período integral
Custo <i>per capita</i> dos programas de treinamento, comunicação, e suporte para os empregados permanentes em período integral
Empregados permanentes em período integral que gastam menos de 50% das horas de trabalho em instalações da empresa
Numero de empregados temporários em período integral
Custo anual <i>per capita</i> de programas de treinamento e suporte para empregados temporários em período integral
Número de empregados em tempo parcial e empregados contratados em tempo parcial
Custo anual <i>per capita</i> de programas de treinamento, comunicação e suporte para empregados em tempo parcial e empregados contratados em tempo parcial

Fonte: EDVINSSON E MALONE (1998, p. 105-106)

TABELA 7 – ÍNDICES O FOCO HUMANO (APLICADOS A GERENCIA)

Indicadores
Porcentagem dos gerentes da empresa com formação avançada em gestão de negócios: formação em disciplinas científicas e engenharia. Formação superior em ciências humanas
Porcentagem dos gerentes da empresa de nacionalidade diferente daquela da casa matriz
Porcentagem de gerentes supervisionando os empregados permanentes em período integral
Número de diferentes idiomas e culturas/nº total de empregados

Fonte: EDVINSSON E MALONE (1998, p. 105-106)

Para o Foco Humano a Skandia preparou três listas com enfoques diferentes (Tabelas 5, 6 e 7). Dessa forma tem-se, primeiramente uma lista (tabela 5) contendo os indicadores gerais para o Foco Humano. A segunda lista (tabela 6) considera a dinâmica dos grupos dos novos trabalhadores e, finalizando, a lista de indicadores que avalia a administração e como a organização está tratando as demandas diferenciadas desses grupos (tabela 7).

As pessoas são base para a formação de uma organização. Por isso, o foco humano é o centro deste modelo, relacionado com todos as outras áreas de foco. Pois, sem um fator humano bem sucedido a empresa não terá como alcançar os resultados em nenhuma das outras áreas. Os indicadores deste foco estão totalmente voltados para os empregados, medindo suas habilidades e competências, índices de rotatividade, renovação, dentre outros.

### 3.2.2 Considerações gerais ao modelo da Skandia

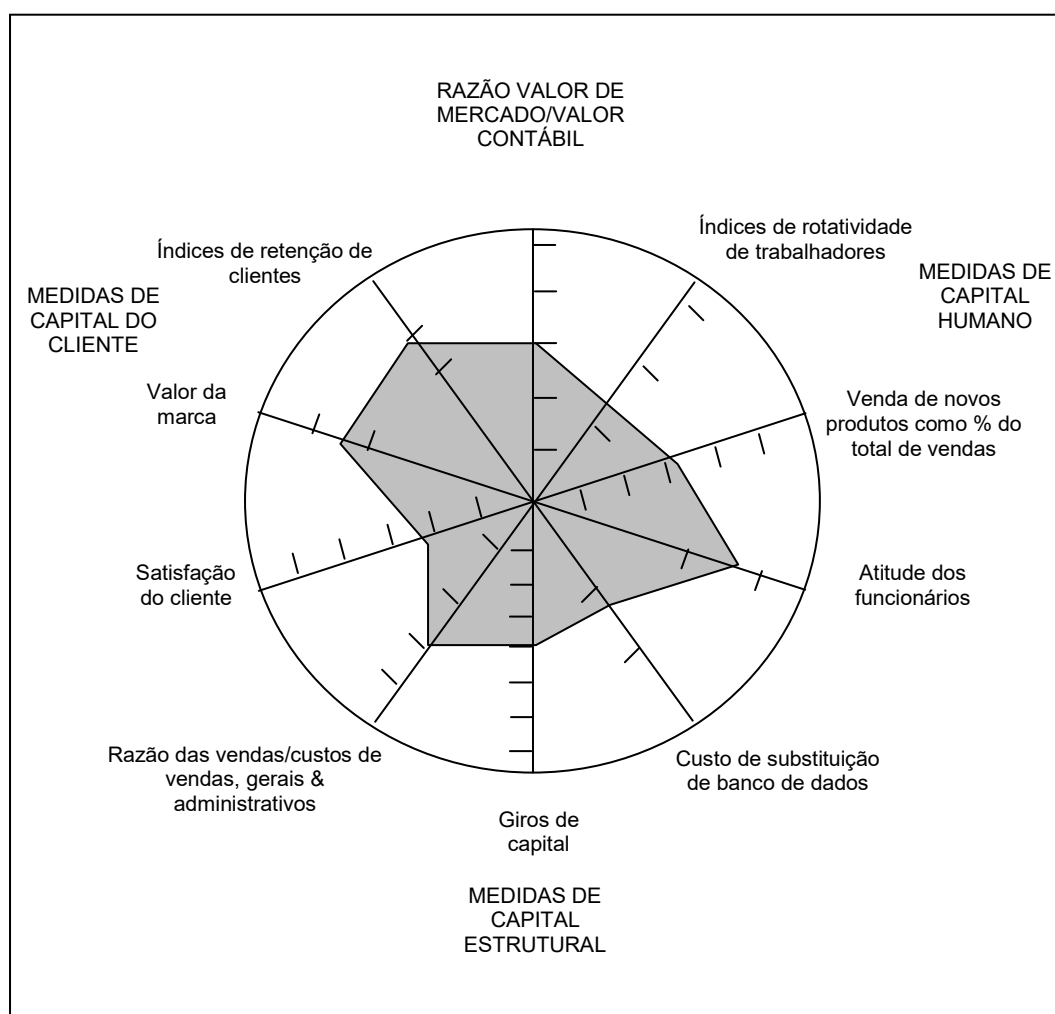
O modelo de mensuração da Skandia se constitui num modelo complexo. Porém, pode ser de grande valia para outras empresas, desde que consideradas as características de cada segmento de mercado, pois abrange um grande numero de indicadores. É preciso estar atento ao fato de que este modelo foi elaborado para uma empresa de serviços financeiros. Contudo, nada impede que empresas de outros setores venham a utilizar este modelo como base, adequando a sua realidade. As áreas de foco, estão próximas da realidade das organizações, o que pode variar de um modelo para outro são os indicadores, que podem ser mais, ou menos abrangentes, dependendo do objetivo de cada organização.

Pode-se observar que este modelo de mensuração do capital intelectual pode ser muito útil, também, para a gestão de estratégias das organizações. Uma vez que identifica os pontos fortes da empresa e também as áreas que precisam de atenção.

### 3.2.3 Navegador de Thomas Stewart

Com uma proposta menos complexa do que a do navegador da Skandia, Thomas Stewart, idealizou e desenvolveu um modelo “enxuto” de mensuração do capital intelectual. O autor, considera que o excesso de indicadores pode tornar o instrumento confuso para a gestão do capital intelectual. A figura 6, representa o navegador do capital intelectual criado por Stewart.

FIGURA 6 – NAVEGADOR DO CAPITAL INTELECTUAL DE STEWART



Fonte: STEWART (1998, p.219)

Conforme é observado no navegador de Stewart, pode-se notar que o autor procurou estabelecer apenas três medidas para aqueles que ele considera como sendo os componentes do capital intelectual, isto é, capital humano, estrutural e do cliente. O autor sugere que a mensuração do capital intelectual deva ser feita somente como os indicadores que forem realmente indispensáveis para a organização. O Navegador de Stewart se constitui num gráfico de radar onde as metas podem ser colocadas tanto no centro do gráfico quanto na parte externa, depende do enfoque dado pela organização. A parte mais escura do gráfico representa aquilo que já foi conseguido em termos de resultados. O gráfico apresentado se refere a uma empresa fictícia, não contém valores, e partiu do princípio de que as metas estão colocadas na parte externa do gráfico.

### 3.2.4 Monitor de Ativos Intangíveis de Karl Erik Sveiby

TABELA 8 – MONITOR DE ATIVOS INTANGÍVEIS DE KARL ERIK SVEIBY

ATIVOS INTANGÍVEIS		
ESTRUTURA EXTERNA	ESTRUTURA INTERNA	COMPETÊNCIA DAS PESSOAS
<b>Crescimento e renovação</b>	<b>Crescimento e renovação</b>	<b>Crescimento e renovação</b>
Crescimento orgânico do volume de vendas. Aumento da participação de mercado. Índice de clientes satisfeitos ou índices da qualidade.	Investimentos em tecnologias da informação. Parcela de tempo dedicado as atividades internas de p&D. Índice da atitude do pessoal em relação aos gerentes e aos clientes	Parcela de vendas geradas por clientes que aumentam a competência. Aumento da experiência média profissional (número de anos). Rotatividade de competência.
<b>Eficiência</b>	<b>Eficiência</b>	<b>Eficiência</b>
Lucro por cliente. Vendas por profissional.	Proporção de pessoal de suporte. Vendas por funcionários de suporte.	Mudança no valor agregado por profissional. Mudança na proporção de profissionais
<b>Estabilidade</b>	<b>Estabilidade</b>	<b>Estabilidade</b>
Freqüência de repetição de pedidos. Estrutura etária	Idade da organização. Taxa de novatos	Taxa de rotatividade dos profissionais

Fonte: SVEIBY (1998, p. 238)

Karl Sveiby, assim como Stewart, procurou sintetizar um modelo de mensuração de ativos intangíveis. Apesar de afirmar que a gama de indicadores é bastante volumosa, o autor, sugere que o monitor de ativos intangíveis não ultrapasse uma página para que seja de fácil visualização e entendimento. Sveiby, engloba, no seu modelo, aqueles que ele considera como sendo os componentes do capital intelectual, os quais são: competência das pessoas, estruturas interna e externa.

### 3.3 AVALIAÇÃO DOS MODELOS DE MENSURAÇÃO

Os modelos de mensuração apresentados, possuem uma base idêntica, estruturada no capital humano, clientes e nas estruturas internas e externas das organizações.

O modelo da Skandia se apresenta como o mais complexo, porém é um modelo que abrange grande parte da estrutura organizacional. Os modelos de Stewart e Sveiby são de mais fácil entendimento, porém têm, nesta simplicidade, seus pontos fortes.

É possível abstrair disso, que não existe um único modelo para a mensuração do capital intelectual. Tendo em vista que cada segmento de mercado possui uma característica diferente, e até mesmo as empresas de segmentos semelhantes possuem características próprias. Porém, entende-se que a base utilizada para os três modelos apresentados (capital humano, estruturas interna e externa e clientes) pode ser utilizada para início de novos trabalhos com relação a criação de modelos de mensuração de capital intelectual.

### 3.4 CAPITAL INTELECTUAL E A CONTABILIDADE

Ficou demonstrado, nesta pesquisa, que a contabilidade tradicional tem como objetivo, demonstrar, por meio de informações constantes nos relatórios contábeis, as variações ocorridas no patrimônio das organizações.

Com relação ao capital intelectual, a contabilidade tem muito a contribuir, pois, se o capital intelectual é entendido como um conjunto de ativos intangíveis da organização e tendo impacto no valor desta, faz parte do seu patrimônio, portanto, precisa figurar nas demonstrações.

Para que o capital intelectual seja uma ferramenta de gerencial de valor para as organizações, antes de tudo, é preciso que ele seja identificado, mensurado e demonstrado, permitindo-se perceber qual o seu valor real para a empresa.

Uma das razões para que o capital intelectual não seja mensurado, pela contabilidade tradicional, é a sua natureza intangível e conseqüente subjetividade. A avaliação deste capital deve ser efetuada com o máximo de cautela, pois seus impactos podem ser sentidos em toda a organização. Por isso, este assunto está se tornando um desafio para os profissionais da área contábil, até mesmo pela crescente atenção acerca deste tema nos últimos anos.

A contabilidade pode contribuir com a mensuração do capital intelectual, encontrando a melhor forma de demonstrá-lo, sem distorções das demonstrações contábeis e fazendo com que o valor demonstrado de uma organização esteja mais próximo o possível do seu valor real.

#### 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste trabalho procurou-se evidenciar a importância do capital intelectual para as organizações. Considerando o processo de mudança que atinge a sociedade, e coloca o conhecimento como fator decisivo para a geração de riquezas nas organizações fazendo com que o elemento humano, capaz de gerar o conhecimento, seja de suma importância para a sociedade.

O mercado ao reconhecer o capital intelectual na composição de valor de uma organização, estabelece uma polêmica discussão quanto ao assunto. Na qual, contabilistas e gestores, têm suas razões e suas inverdades, para o reconhecimento ou não de determinados ativos intangíveis.

O capital intelectual, ainda não se tornou um assunto efetivo, e por ser recente, está cercado de incertezas. Porém, é preciso reconhecer que, nos últimos anos, a preocupação tem aumentado e isso leva a crer que a gestão do capital intelectual, tem grandes chances, de, em breve, estar fazendo parte da rotina de muitas empresas. Até mesmo porque se constitui em uma ferramenta muito importante para a gestão empresarial.

Conclui-se, após este estudo, que os esforços estão acontecendo, no sentido de dar valor real ao capital intelectual, gerando a possibilidade de ganhos futuros para as organizações. Entende-se que a responsabilidade pela identificação e mensuração é, tanto da contabilidade, quanto dos gestores. E estudos sobre este assunto devem ser elaborados.

A proposta desta pesquisa é a de contribuir com os estudos sobre o capital intelectual, não tendo a pretensão de esgotá-lo. Considera-se, este, um assunto de grande importância, principalmente para o meio organizacional, e, por isso, recomenda-se o aprofundamento do assunto com pesquisas a cerca dos modelos de mensuração do capital intelectual, na tentativa de, num futuro, efetivar-se um meio de valorar determinados ativos intangíveis que não se encontram nas demonstrações contábeis.

## REFERÊNCIAS

ANTUNES, M. T. P. **Capital intelectual**. São Paulo: Atlas, 2000.

ARNOSTI J. C. M.; GIL A. L.; NEUMANN R. A. A mensuração do capital intelectual: desafio para a profissão contábil. In: CONFERÊNCIA INTERAMERICANA DE CONTABILIDADE, 25., 2003. Panamá. Disponível em: <[http://www.eac.fea.usp.br/proint/ivan/artigo/arquivos/art\\_36.pdf](http://www.eac.fea.usp.br/proint/ivan/artigo/arquivos/art_36.pdf)> Acesso em 27 maio 2004.

BARROSO, A. C. O.; GOMES; E. B. P. Tentando Entender a Gestão do Conhecimento. **Revista de Administração Pública**. Rio de Janeiro. v. 33, n.º 2, p. 147-170, mar./abr. 1999.

CARDOSO JUNIOR. W. F. **A inteligência competitiva aplicada nas organizações do conhecimento como modelo de inteligência empresarial estratégica para implementação e gestão de novos negócios**. Florianópolis, 2003. 209 f. Tese (Doutorado em Engenharia da Produção) - Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina. Disponível em: <<http://teses.eps.ufsc.br/defesa/pdf/12587.pdf>>. Acesso em 08 jun. 2004.

CERVO, A. L. **Metodologia científica**. 4. ed. São Paulo: Makron Books, 1996.

CHIAVENATO, I. **Teoria geral da administração**. 4. ed. São Paulo. Makron Books, 1993.

CRAWFORD, Richard. **Na era do capital humano: o talento, inteligência e o conhecimento como forças econômicas, seu impacto nas empresas e nas decisões de investimento**. Tradução: Luciana Bontempi Gouveia. São Paulo: Atlas, 1994.

CREPALDI, S. A. **Curso básico de contabilidade: resumo da teoria, atendimento às novas demandas da gestão empresarial**. São Paulo: Atlas, 1995.

DAVENPORT, T. H.; PRUSAK, L. **Conhecimento Empresarial: como as organizações gerenciam o seu capital intelectual**. Tradução: Lenke Peres. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

DRUCKER, Peter F. **Uma Era de descontinuidade**. Tradução: Bradão Azevedo. Rio de Janeiro: Zahar, 1970.

DRUCKER, P. F. **Sociedade Pós-capitalista**. Tradução: Nivaldo Montingelli. São Paulo: Pioneira, 1993.

DRUCKER, P. F. **Administrando em tempos de grandes mudanças**. 4. ed. Tradução: Nivaldo Montigelle. São Paulo: Pioneira, 1997.

EDIVINSSON, L.; MALONE, M. S. **Capital Intelectual**. Tradução: Roberto Galman. São Paulo: Makron Books, 1998.

HOPE, J.; HOPE, T. **Competindo na terceira onda: os dez mandamentos da Era da Informação**. Tradução: Afonso Celso da Cunha Serra. Rio de Janeiro: Campus, 2000.

IUDICIBUS. S. de. **Teoria da contabilidade**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

FUNDAÇÃO PARA O PREMIO NACIONAL DA QUALIDADE. **Critérios de excelência**: os estado da arte da gestão para a excelência do desempenho e o aumento da competitividade. São Paulo, jan. 2003.

MARION, J.C. **Contabilidade básica**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

MARTINS, E.; et al. **Avaliação de empresas**: da mensuração contábil à econômica. São Paulo: Atlas, 2001.

MARTINS, G. A. **Manual para elaboração de monografias e dissertações**. 2. ed. São Paulo, ed. Atlas, 1994.

MARTINS. V. A. **Contribuição a avaliação do goodwill**: depósitos estáveis, um ativo intangível. São Paulo, 2002. 275 f. Dissertação (mestrado em Controladoria e Contabilidade) Departamento de contabilidade Atuaria, Faculdade de Economia e Administração da Universidade de São Paulo. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12136/tde-08032004-170157/publico/VAMfinal.pdf>> Acesso em: 08 jun. 2004.

NONAKA, I.; TAKEUCHI H. **Criação de conhecimento na empresa**. Tradução: Ana Beatriz Rodrigues, Priscila Celeste. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

REZENDE, Y. Informação para negócios: os novos agentes do conhecimento e a gestão do capital intelectual. **Ciência da . Informação**. v. 31, n.2, p.120-128, 2002. Disponível em: <[http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0100-19652002000200013&lng=pt&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0100-19652002000200013&lng=pt&nrm=iso)>. Acesso em: 27 maio 2004.

SAMARA, B. S.; BARROS J. C. **Pesquisa de marketing**: conceitos e metodologia. São Paulo: Marron Books, 1997.

SILVA, A. M. O e. **A gestão estratégica de pessoas nas organizações do conhecimento**. Florianópolis, 2002. 103 f. Tese (Mestrado em Engenharia da Produção) - Programa de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina. Disponível em: <<http://teses.eps.ufsc.br/defesa/pdf/8845.pdf>>. Acesso em: 08 jun. de 2004.

STEWART, T. A. **Capital intelectual**: a nova vantagem competitiva das empresas. Tradução: Ana Beatriz Rodrigues, Priscila Celeste. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

SVEIBY, E. K. **A Nova Riqueza das Organizações**. gerenciando e avaliando patrimônios de conhecimento. Tradução: Luiz Euclides Trindade Frazão Filho. Rio de Janeiro, ed. Campus, 1998.

SVEIBY, K. O Valor do intangível. **HSM Management**. São Paulo. Set/Out. 2000 p. 66-69.

TEIXEIRA FILHO, J. **Gerenciando conhecimento**: como a empresa pode usar a memória organizacional e a inteligência competitiva no desenvolvimento de negócios. Rio de Janeiro: ed SENAC, 2000.

TERRA, J. C. As sete dimensões da Gestão do Conhecimento. In: \_\_\_\_\_. **Gestão do conhecimento**: O grande desafio empresarial. São Paulo: Negócio, 2000. p. 161-172.

TOFFLER, A. **A terceira onda**. 5. ed. Rio de Janeiro: Record, 1980.

TORRES, N. C. **Auxiliar de Contabilidade**: contabilidade geral. Francisco Alves: NCT, 1996.

TRISKA, R. **Proposta de uma base de dados institucional para a gestão do conhecimento**. Florianópolis 2001, 119 f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) Programa de Pós-graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina. Disponível em: <<http://teses.eps.ufsc.br/Resumo.asp?1727>>. Acesso em: 08 jun. 2004.

VALLE, B. M. Tecnologia da informação no contexto organizacional. **Ciência da Informação**. v. 25, n.1, 1996. Disponível em: <<http://www.ibict.br/cionline/250196/25019601.pdf>> Acesso em: 04 jun. 2004.

ZEM, G., IESBIK, R. **Capital Intelectual e a contabilidade**: formas alternativas de mensuração, Curitiba, 2002. 49 f. Tese (Especialização em Contabilidade) Setor de Ciências Sociais Aplicadas, Universidade Federal do Paraná.