

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA  
CENTRO SÓCIO-ECONÔMICO  
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**JOÃO FRANCISCO ÁVILA DOS SANTOS**

***A CONTABILIDADE NA NOVA ECONOMIA***

**FLORIANÓPOLIS**

**2002**

**JOÃO FRANCISCO ÁVILA DOS SANTOS**

***CONTABILIDADE NA NOVA ECONOMIA***

Trabalho monográfico apresentado para a obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis pela Universidade Federal de Santa Catarina

Orientador: Jôisse Antônio Lorandi, M. Sc.

**FLORIANÓPOLIS**

**2002**

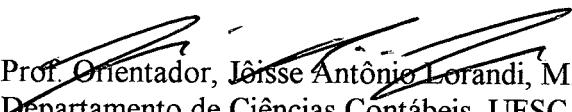
**JOÃO FRANCISCO ÁVILA DOS SANTOS**


**CONTABILIDADE NA NOVA ECONOMIA**

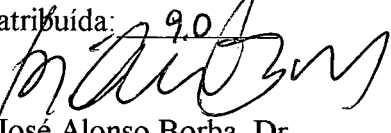
Trabalho monográfico apresentado para a obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis pela Universidade Federal de Santa Catarina

Esta monografia foi julgada como adequada para a obtenção do título requerido e, portanto, aprovada em sua forma final, obtendo a nota de 8,5, atribuída pela banca constituída pelo orientador e membros abaixo mencionados.

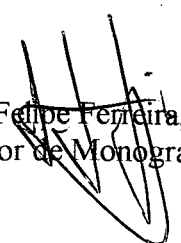
Compuseram a banca:

  
Prof. Orientador, Lúis Antônio Lorandi, M. Sc.  
Departamento de Ciências Contábeis, UFSC  
Nota atribuída: 9,5

  
Prof.<sup>a</sup> Bernadete Pasold, Dra.  
Departamento de Ciências Contábeis, UFSC  
Nota atribuída: 9,0

  
Prof. José Alonso Borba, Dr.  
Departamento de Ciências Contábeis, UFSC  
Nota atribuída: 7,2

Florianópolis, 18 de dezembro de 2002.

  
Prof. Luiz Felipe Ferreira, M. Sc.  
Coordenador de Monografia do CCN

**“Dificuldades reais podem ser resolvidas, apenas as imaginárias são insuperáveis”.**

**(Theodore N. Vail)**

## AGRADECIMENTOS

Chegado o momento de obter mais uma vitória, não poderia deixar de lembrar de todos aqueles que passaram por minha existência.

Agradeço a Deus, sempre ao meu lado em todos os momentos.

A meus pais Iara e Cássio, responsáveis pela formação do meu caráter e valores.

A meus irmãos, que estiveram do meu lado e me suportaram nos momentos de angústia.

Agradeço, também, ao Professor Jôisse que, com sua competência e paciência, foi de suma importância para a execução do trabalho que agora apresento.

Manifesto, ainda, um muito obrigado aos colegas da turma, pelo companheirismo e amizade, em especial aos amigos Edson, Michele, Daniela, Letícia, Marcos, Laurete, Leandra, Tio Nelson entre tantos outros que sempre me apoiaram nesta etapa da minha vida.

Finalmente, agradeço a todos que, direta ou indiretamente, contribuíram para a realização e divulgação deste trabalho.

A todos, meu muito obrigado.

## RESUMO

A contabilidade que tem como objeto de estudo o patrimônio das entidades, tem encontrado dificuldades em mensurar os chamados ativos intangíveis, caracterizados pela ausência de substância e por sua natureza subjetiva. Observa-se que, atualmente, as organizações têm dado maior ênfase a esses elementos, pois os ativos tangíveis já não conferem vantagens competitivas no mundo globalizado. O conjunto de alguns desses itens foi denominado Capital Intelectual, e seu conceito, segundo alguns autores, divide-se em: capital humano, capital estrutural e capital de clientes. Muito tem se estudado sobre o assunto, mas ainda não se chegou a um consenso. A empresa escandinava Skandia foi uma das pioneiras na evidencição desses itens, publicando um suplemento especial junto as suas demonstrações contábeis. Implantaram um sistema baseado em múltiplas perspectivas que recebeu o nome de Navegador, composto por cinco áreas de foco: financeiro, clientes, processos, renovação e desenvolvimento e humano, cada qual com indicadores próprios. Outro aspecto importante é a verificação da relação entre os conceitos de *goodwill* e CI, apresentando semelhanças e diferenças entre os dois conceitos, e reconhecendo que o CI tenta explicar parte dos elementos que constituem o *goodwill*, mas não a sua totalidade. Infere-se que os modelos de evidencição ainda não são definitivos, carecendo de uma maior objetividade e de padrões definidos para a sua publicação para eventuais comparações e análises dos usuários externos.

Palavras-Chaves: Capital intelectual, ativos intangíveis, *goodwill*.

## LISTA DE ILUSTRAÇÕES

Quadro 3.1	Cronologia de eventos ligados ao Capital Intelectual (CI).....	34
Figura 3.1	Navegador Skandia.....	38
Figura 3.2	Esquema Skandia para valor de mercado.....	39
Tabela 3.1	SkandiaLink.....	40
Quadro 3.2	Análise comparativa do goodwill subjetivo e capital intelectual.....	41

## **LISTA DE ABREVIATURAS**

BP - Balanço Patrimonial

CI - Capital Intelectual

DRE - Demonstração de Resultados do Exercício

IAS - International Accounting Standards

IASB - International Accounting Standards Board



## SUMÁRIO

Resumo .....	05
Lista de ilustrações .....	06
Lista de abreviaturas .....	07
<b>1 INTRODUÇÃO.....</b>	<b>09</b>
1.1 Considerações Iniciais .....	09
1.2 Tema .....	10
1.3 Problema .....	10
1.4 Justificativa .....	11
1.5 Objetivos .....	13
1.5.1 Objetivo Geral .....	13
1.5.2 Objetivos Específicos .....	13
1.6 Metodologia da Pesquisa .....	13
1.7 Limitações da Pesquisa .....	15
1.8 Organização do Estudo .....	16
<b>2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA .....</b>	<b>17</b>
2.1 Considerações Iniciais .....	17
2.2 A Era da Informação (A Nova Economia).....	18
2.3 Características Qualitativas da Informação Contábil.....	20
2.4 Ativos Intangíveis .....	23
2.5 <i>Goodwill</i> .....	27
<b>3 CAPITAL INTELECTUAL.....</b>	<b>30</b>
3.1 Considerações Iniciais .....	30
3.2 Conceitos de Capital Intelectual .....	31
3.3 Modelo de Mensuração do CI do Grupo Skandia.....	35
3.4 <i>Goodwill</i> versus Capital Intelectual .....	41
<b>CONCLUSÕES E RECOMENDAÇÕES .....</b>	<b>43</b>
<b>BIBLIOGRAFIA.....</b>	<b>45</b>

# 1 INTRODUÇÃO

## 1.1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

A contabilidade, na condição de ciência social que estuda o patrimônio e suas variações, tem encontrado dificuldades para mensurar os ativos intangíveis. Estes ativos não possuem forma corpórea, traduzindo-se em valores subjetivos, isto é, que não podem ser avaliados em moeda corrente de uma forma consistente.

Com a aproximação dos mercados devido à globalização e as evoluções tecnológicas, muitas empresas passaram a valer muito mais do que os valores registrados em seus balanços; principalmente as empresas que trabalham nas áreas de tecnologias voltadas à nova economia, que tiveram suas ações sobrevalorizadas.

A sobrevalorização dessas empresas criou um sério problema para a contabilidade tradicional, pois a mesma tem dificuldades para trabalhar com valores subjetivos, principalmente para atender ao usuário externo. Como avaliar os benefícios trazidos pelas ações tomadas pelas empresas, referentes ao capital intelectual, treinamento de funcionários, relação com clientes, meio ambiente e outros fatores que a contabilidade não consegue traduzir nas demonstrações tradicionais?

Cabe à contabilidade procurar formas para aproximar a contabilidade tradicional da contabilidade da chamada nova economia e prover seus usuários com informações confiáveis e próximas da realidade, assegurando, assim, o seu papel fundamental.

## 1.2 TEMA

Esta pesquisa tem como tema abordar o papel da contabilidade, dando ênfase aos ativos intangíveis, no que tange ao Capital Intelectual nesta nova realidade.

## 1.3 PROBLEMA

A contabilidade, como grande banco de dados que é, deve procurar sempre se adequar e acompanhar as mudanças e as novas exigências impostas pelo avanço tecnológico e pelas novas culturas organizacionais que impactam a informação que acompanha as movimentações patrimoniais.

O papel fundamental da contabilidade é fornecer informações úteis para a tomada de decisão nas organizações, e isso só é possível se a mesma puder demonstrar de forma clara e transparente a real situação das empresas e seu patrimônio.

Mas a ciência contábil, para poder demonstrar isso, não deve ater-se somente aos chamados ativos tangíveis; também deve demonstrar outros ativos, os intangíveis, que não possuem forma corpórea, mas que têm grande influência na avaliação das empresas.

O problema é: como a contabilidade e as empresas têm se manifestado a respeito da forma de evidenciação dos ativos intangíveis, principalmente o Capital Intelectual, buscando com isso tornar as informações mais úteis e transparentes aos “olhos” de seus usuários internos e externos?

## 1.4 JUSTIFICATIVA

O tema abordado é relevante no momento atual, quando as organizações buscam manter-se competitivas e rentáveis, com informações úteis à tomada de decisão.

A contabilidade tradicional, que sempre se preocupou em dar maior importância aos ativos tangíveis devido à era industrial, passa por uma revolução, a revolução da informação, devido à explosão do conhecimento ocorrida, principalmente, no final do último século.

Novas tecnologias, novas formas de estrutura organizacional, e maior preocupação com os mais diversos usuários da informação estão levando a contabilidade a se redefinir e a procurar novas formas de suprir a necessidade por informações cada vez mais próximas da realidade.

Os ativos intangíveis ou incorpóreos, pelo fato de não serem passíveis de uma avaliação consistente acabam por dificultar a representação dos mesmos. O fato é que a contabilidade como ciência, cujo campo de atuação é o patrimônio das entidades, deve buscar maneiras de demonstrar a influência desses ativos nas organizações, possibilitando a criação de ferramentas para a gestão e controle desses ativos.

Com a diminuição das barreiras comerciais, tecnológicas e econômicas entre os países, as ações das empresas passaram a ser negociadas de forma cada vez mais rápida. Com isso podem-se observar empresas sendo negociadas por valores muitas vezes superiores aos valores registrados em sua contabilidade. As empresas de tecnologia e comunicações foram as empresas que mais tiveram seus valores agigantados, em decorrência, especialmente, dos ativos intangíveis, como: perspectivas de novos produtos e serviços, eficiência operacional, relação com clientes e a sociedade, entre outros.

A grande parte dos ativos intangíveis tem como característica ser não financeira e como tal, deve ser tratada de forma diferente. Algumas empresas, atualmente, já se utilizam

de ferramentas para o gerenciamento e controle desses ativos. Elas estão utilizando-se de informações operacionais e físicas (não-financeiras) para traduzir a influência desses ativos, tais como: mensuração da satisfação dos clientes, desempenho operacional, capacitação dos colaboradores e desempenho de novos produtos e serviços.

A questão é que a contabilidade, no momento atual, deve preocupar-se em desenvolver e aperfeiçoar métodos que possibilitem que as informações a respeito dos ativos intangíveis, principalmente o Capital Intelectual, possam ser utilizadas para a tomada de decisão. A contabilidade gerencial, que é o ramo da contabilidade responsável pelas informações estratégicas das organizações, voltadas para atender o usuário interno, não deve se ater somente aos aspectos financeiros, mas também se ocupar em criar um grupo de indicadores e medidas para a melhor visualização das informações geradas pelos ativos intangíveis.

Devido ao fato deste assunto ser pouco abordado na graduação, a pesquisa tem por finalidade esclarecer alguns aspectos em relação ao papel da contabilidade e do contador frente à economia atual, procurando discorrer sobre o papel do Capital Intelectual nas organizações e sua utilização como ferramenta estratégica nas empresas.

A presente pesquisa não tem o objetivo de propor alternativas para a mensuração do Capital Intelectual, e sim discorrer sobre como a contabilidade e as empresas têm se manifestado a respeito de tal assunto e suas influências na mesma.

Espera-se que este trabalho acadêmico seja útil, uma vez que trará a compilação de opiniões de vários autores assim como informações sobre o assunto.

## 1.5 OBJETIVOS

### 1.5.1 Objetivo Geral

Discorrer sobre como a contabilidade está tratando os ativos intangíveis e a influência do Capital Intelectual nas organizações e na própria contabilidade.

### 1.5.2 Objetivos Específicos

Com base no objetivo geral chega-se à segmentação em três objetivos específicos, que são:

- a) analisar a base teórica em relação à contabilização do *goodwill* e Capital Intelectual;
- b) demonstrar formas de evidenciação do Capital Intelectual;
- c) fazer um confronto entre o *goodwill* e o Capital Intelectual.

## 1.6 METODOLOGIA DA PESQUISA

A presente monografia será realizada com objetivo de elucidar o assunto proposto e trazer maiores informações a respeito do mesmo. Asti Vera (1989, p. 163) define monografia “como o tratamento por escrito de um tema específico”. A monografia, como o próprio nome diz, trata de um assunto restrito, procurando explorar o assunto tratado, com o objetivo de

trazer informações relevantes sobre o mesmo. Para poder se alcançar os objetivos propostos para a realização da monografia, deve-se utilizar o método de pesquisa mais adequado entre os existentes.

Mas o que é pesquisa?

Segundo Fachin (1993, p. 101):

Pesquisa é um procedimento intelectual para adquirir conhecimentos, através da investigação da realidade e busca de novas verdades sobre um fato (objeto, problema). Com base em métodos adequados e técnicas apropriadas, o pesquisador busca conhecimentos específicos, respostas ou soluções do problema estudado.

Já Marinho (1980, p. 15) entende que: “A pesquisa é um tratamento de investigação que tem por objetivo descobrir respostas para dúvidas e indagações, através do emprego de processos científicos”.

Gil (1996, p. 19) define pesquisa “como o procedimento racional e sistemático que tem como objetivo proporcionar respostas aos problemas que são propostos”.

De acordo com a definição destes autores, a pesquisa procura obter respostas para os problemas levantados, na busca de mais conhecimentos sobre um assunto específico: no caso, os ativos intangíveis e o Capital Intelectual, utilizando-se dos métodos científicos.

Quanto ao objetivo, esta pesquisa pode ser classificada como exploratória, que tem por finalidade, conforme Andrade (1997, p. 15) proporcionar maiores informações sobre o assunto investigado, facilitar a delimitação da pesquisa, orientar a fixação de objetivos e a formulação de hipóteses ou um novo enfoque para o assunto.

De acordo com Marconi & Lakatos (1990, p. 77), estas “são investigações de pesquisa empírica cujo objetivo é a formulação de questões ou de um problema, [...]” e ainda Salomon (1977, p. 141): “são as que têm por objetivo definir melhor o problema, [...]”.

Além de exploratória a pesquisa aborda o problema de forma qualitativa, quer dizer, sem o uso de métodos e técnicas matemáticas e estatísticas, sendo que a técnica de pesquisa escolhida e a ser utilizada para a abordagem do problema será a pesquisa bibliográfica.

Conforme Fachin (1993, p. 102):

A pesquisa bibliográfica diz respeito ao conjunto de conhecimentos humanos reunidos nas obras. Tem como base fundamental conduzir o leitor a determinado assunto e à produção, coleção, armazenamento, reprodução, utilização e comunicação das informações coletadas para o desempenho da pesquisa.

Segundo Gil (1996, p. 48), “A pesquisa bibliográfica é desenvolvida a partir de materiais já elaborados, constituída principalmente, de livros e artigos científicos”.

Conforme Cervo & Bervian (1983, p. 55), “A pesquisa bibliográfica procura explicar um problema a partir de referências teóricas publicadas em documentos”.

Através da utilização das fontes de informação propostas para o desenvolvimento da pesquisa, será possível cumprir os objetivos relacionados. As fontes de informação que serviram de material para a elaboração da presente pesquisa foram livros, artigos de periódicos e outros trabalhos científicos a respeito do assunto proposto.

## 1.7 LIMITAÇÕES DA PESQUISA

A pesquisa não tem por finalidade resolver o problema ou sugerir um novo modelo de evidenciação do Capital Intelectual. Sua preocupação maior é descrever o papel fundamental dos intangíveis na atualidade, com enfoque na gestão do CI, apresentando, de forma sucinta, conceitos e informações que sustentam o tema pesquisado.

Devido à natureza dos itens analisados ser um tanto quanto subjetiva, utilizou-se material baseado em fontes de informação confiáveis e atuais. Cabe ressaltar que a pesquisa



se limitou a apresentar o modelo de evidenciação da Skandia, caso clássico na representação de um modelo de evidenciação e gerenciamento do CI.

## 1.8 ORGANIZAÇÃO DO ESTUDO

Esta pesquisa foi dividida em quatro itens. No presente item, o primeiro, apresentou-se a parte introdutória, compreendendo o tema e o problema, os objetivos geral e específicos, a justificativa, a metodologia da pesquisa e a organização do estudo.

O segundo item, 1º capítulo, contempla a revisão bibliográfica que serve de base para a pesquisa. Primeiramente, contempla-se a chamada *era da informação*, procurando-se contextualizar o tema; a seguir, aborda-se os aspectos qualitativos da informação contábil, fazendo sempre referência ao Capital Intelectual (CI) e, ao final do capítulo, procura-se conceituar ativos intangíveis e *goodwill*.

O terceiro item compreende a análise do CI. Primeiramente, há a introdução, apresentando o tema. Em seguida, apresenta-se alguns conceitos mais relevantes, um breve histórico da evolução dos estudos sobre o CI, o modelo de evidenciação utilizado pela Skandia e uma comparação entre o *goodwill* e o CI.

Ao final apresentam-se as conclusões do trabalho e sugestões para futuras pesquisas sobre o tema trabalhado.

## 2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

### 2.1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Através dos tempos a ciência contábil tem procurado adequar-se ao momento histórico e aos fatos concernentes às mudanças que ocorrem não somente nas relações humanas, e na evolução dos conhecimentos, conceitos, mas também nos novos acontecimentos que modificam a realidade das organizações. As mudanças ocorrem de uma forma cada vez mais acelerada e a contabilidade não tem acompanhado estas mudanças, principalmente a diferença verificada entre o valor de mercado e o valor contábil das empresas, caracterizado por itens intangíveis.

Schmidt & Santos (2002, p. 166) destacam que:

As mudanças na Economia mundial, vivenciada nas últimas décadas, que culminaram com a globalização da economia, são retratadas por inúmeros estudiosos do assunto como um período de transição da passagem de uma sociedade industrial para uma sociedade do conhecimento, em que os recursos econômicos utilizados até então terra, capital e trabalho, uniram-se ao conhecimento racional, alterando, principalmente, a estrutura econômica das nações e, sobretudo, a forma de atribuir valor ao ser humano, único detentor do conhecimento.

Nossa era intitula-se era da informação ou do conhecimento, devido ao advento de novas tecnologias e estruturas organizacionais e por valorizar cada vez mais o conhecimento humano, que é o fator responsável por tais mudanças.

Para haver uma melhor compreensão do assunto tema da pesquisa, a seguir, abordar-se-á com mais detalhes alguns aspectos que conduziram nossa era a ser destacada como era da informação, além dos aspectos relacionados aos atributos qualitativos da informação contábil relacionados ao fenômeno CI. Em outro tópico serão explanados alguns conceitos de ativo intangível, visando dar o embasamento necessário ao que será demonstrado no capítulo 3, o

qual tratará especificamente do tema da pesquisa, ou seja, o Capital Intelectual. A seguir, algumas considerações sobre a nova economia (era da informação).

## 2.2 A ERA DA INFORMAÇÃO (A NOVA ECONOMIA)

Na Ciência Econômica convencionou-se que existem três fatores, fazendo com que possa haver relações de consumo e renda entre as unidades ditas de produção. Estes são conhecidos como fatores de produção, e são eles: terra, capital e trabalho. Atualmente, além destes, a capacidade tecnológica também está sendo considerada. De acordo com Rossetti (1997, p. 131), “A capacidade tecnológica como conjunto de conhecimentos e habilidades é o elo de ligação entre o capital, a força de trabalho e o fator terra”, sendo constituída pelo conjunto de conhecimentos e habilidades que envolvem todo o processo produtivo em todas suas etapas. Atualmente, é considerado um fator tão importante quanto os outros três.

Segundo Crawford (1994, p. 15), “Nesta nova economia informação e conhecimento substituem capital físico e financeiro, tornando-se uma das maiores vantagens competitivas nos negócios; e a inteligência criadora constitui-se na riqueza da nova sociedade”.

Para Nonaka & Takeuchi (1997, p. 5), “Na nova economia o conhecimento não é apenas um recurso, ao lado dos tradicionais fatores de produção – trabalho, capital e terra – mas sim o único recurso significativo atualmente”.

Contemporaneamente, o conhecimento advindo da troca de informações é a principal vantagem na nossa época, pois quem souber utilizar esse conhecimento de maneira eficaz terá um diferencial, que poderá trazer benefícios. No decorrer dos tempos, esta troca de informações entre os indivíduos determina a criação de um conhecimento que, sendo reconhecido como algo inovador, tem influência na sociedade e nas organizações.

Para Nonaka & Takeuchi (1997, p. 63), “A informação proporciona um novo ponto de vista para a interpretação de eventos ou objetos, o que torna visíveis significados antes invisíveis ou lança luz sobre conexões inesperadas”.

Cabe recuar e comentar que no início da era industrial, por volta de 1850 até meados do século XX, as empresas sempre se preocuparam em aumentar sua produção e produtividade por meio da utilização dos ativos tangíveis ou físicos. A maior preocupação dos administradores era controlar a eficiência da alocação dos capitais financeiros e físicos da empresa, a produção em série e o ganho de escala.

Mas, com o advento da era da informação, nas últimas décadas do século passado algumas práticas financeiras tornaram-se ultrapassadas, pois já não forneciam informações acerca do real patrimônio das organizações; a vontade do consumidor está mudando rapidamente, juntamente com a competição entre as empresas, pois os processos já não são mais rotineiros, exigindo uma flexibilidade maior das empresas.

De acordo com Kaplan & Norton (1999, p. 3), “As empresas não conseguem mais obter vantagens competitivas sustentáveis apenas com a rápida alocação de novas tecnologias a ativos físicos, e com a excelência da gestão eficaz dos ativos e passivos financeiros”.

As empresas estão cada vez mais preocupadas em desenvolver e explorar a capacidade de seus ativos intangíveis para garantir sua sobrevivência no mercado globalizado, a fim de assegurar sua continuidade. Estão dando maior atenção a estes ativos, que são os elementos de diferenciação das empresas.

Esta preocupação tem fundamento, quando se percebe que o mercado está cada vez mais exigente e a procura de novos produtos e serviços que satisfaçam suas necessidades.

O valor de mercado das empresas nesta nova realidade está baseada muito mais nos seus ativos intangíveis do que nos tangíveis. O modelo econômico atual requer empresas cada vez mais flexíveis, adaptáveis rapidamente às mudanças que ocorrem no ambiente onde atu-

am. Os valores patrimoniais, que são os valores constantes nas demonstrações contábeis, já não são instrumentos tão eficazes para a verificação do potencial de geração de benefícios futuros e também como ferramenta para a tomada de decisão, pois não conseguem acompanhar a flexibilidade que o mercado está exigindo e o avanço das novas tecnologias e inovações.

### 2.3 CARACTERÍSTICAS QUALITATIVAS DA INFORMAÇÃO CONTÁBIL

Para que as informações contábeis tenham validade, elas precisam possuir certas características qualitativas que propiciem aos seus usuários torná-las úteis. A consideração de algumas características é que torna a contabilização do CI uma tarefa de complexa execução. As demonstrações contábeis das empresas devem evidenciar para quem as utiliza informações suficientes para a sua correta compreensão, de modo a facilitar seu uso.

As informações contábeis devem estar revestidas desses quatro atributos, conforme o IASB:

- a) Confiabilidade;
- b) Relevância;
- c) Compreensibilidade;
- d) Comparabilidade

A confiabilidade - Faz com que os usuários utilizem as informações para tomarem decisões e para fortalecerem o elo entre o usuário e as informações disponibilizadas. Esse atributo baseia-se na veracidade, completeza e pertinência, conforme a Resolução n. 785 do CFC.

Na contabilização do CI devem-se considerar os aspectos da confiabilidade, no sentido de se possuir critérios com procedimentos definidos, que dêem confiança e credibilidade às demonstrações ora elaboradas. A falta de uma padronização a respeito da evidenciação do CI pode levar os contadores a adotarem critérios arbitrários, que revelem uma realidade diferente do que realmente é. Percebe-se a discussão que tal tema tem gerado nos órgãos responsáveis pela emissão das normas contábeis no mundo todo; até o momento, não se chegou a um modelo global avalizado e normalizado para demonstrar o CI.

A relevância - Mas, se a informação a respeito do CI pode não ser confiável, por que demonstrá-lo? Segundo Paiva (2000), várias são as vantagens decorrentes da mensuração do capital intelectual, que justificam a preocupação em se encontrar mecanismos apropriados para realizá-la, entre as quais ele destaca:

- aumento no potencial informativo da contabilidade;
- redimensionamento patrimonial da entidade (clareza e adequação);
- canalização correta dos recursos para investimentos em capital humano e capital estrutural;
- facilitar a escolha do investidor;
- determinar de que maneira uma melhor gestão do conhecimento ajudará a empresa a ganhar ou a economizar dinheiro;
- evitar danos e injustiças que uma avaliação patrimonial incorreta traz, gerando lucros e/ou prejuízos indevidos.

Com base nos itens acima relacionados, percebe-se a relevância de demonstrar o CI. A relevância é o atributo que se refere à importância da informação para os seus usuários. A informação é considerada relevante quando a mesma tem uma grande influência no desempenho e continuidade de uma organização. Portanto, se a relevância de um item for comprovada, ele deve ser evidenciado. Com isso, tornam-se úteis as informações para os usuários das de-

monstrações contábeis. Vale ressaltar que a contabilidade procura organizar em forma de dados e informações as mutações patrimoniais, fornecendo aos seus usuários subsídios para a tomada de decisão.

Segundo Iudícibus & Marion (1999, p. 53), “O Objetivo da Contabilidade pode ser estabelecido como sendo o de fornecer informação estruturada de natureza econômica, financeira e, subsidiariamente, física, de produtividade e social, aos usuários internos e externos à entidade objeto da Contabilidade”.

A compreensibilidade - O atributo da compreensibilidade de uma informação consiste em trazer para o usuário, de forma mais transparente possível, o correto significado de um item, de uma conta, de um número.

Deve-se utilizar qualquer tipo de representação gráfica, por exemplo uma redação, que dê ao usuário capacidade de compreender as informações expostas nos relatórios contábeis. A Lei n. 6.404/76 em seu Art. 176 § 4º ressalta que as demonstrações financeiras (contábeis) serão complementadas por notas explicativas e outros quadros analíticos, ou, ainda, outras demonstrações necessárias para esclarecimento dos números apresentados nas mesmas.

As informações apresentadas devem ser as mais transparentes possíveis, pois, para a tomada de decisão de todo e qualquer usuário, sendo que informações erradas ou irreais podem trazer transtornos e prejuízos a quem as utilizar.

A comparabilidade - Também tem um papel importante para que a informação chegue aos seus usuários, de forma que possa ser bem compreendida e utilizada.

Segundo a NBC T 1 (1999, p. 104), “A comparabilidade deve possibilitar ao usuário o conhecimento da evolução entre determinada informação ao longo do tempo, numa mesma Entidade ou em diversas entidades, ou a situação destas num momento dado, com vista a possibilitar-se o conhecimento das suas posições relativas”.

De acordo com Hendriksen & Van Breda (1999, p. 102), “O objetivo básico de comparabilidade deve ser o de facilitar previsões e decisões financeiras por credores, investidores e outros indivíduos”.

Observa-se que muitas empresas evidenciam números em suas demonstrações contábeis, que não podem ser comparados com os de outras entidades, pelo fato de não apresentarem grau de uniformidade e consistência suficientes para uma análise dos seus usuários. Esta falta de padrões tem levado o mercado a avaliar empresas de forma às vezes errônea, prejudicando seus investidores. E os ativos intangíveis, por serem às vezes de difícil reconhecimento e evidenciação, acabam levando estas mesmas empresas a demonstrarem tais elementos sem levar em conta as normas referentes ao assunto. A seguir, serão apresentadas algumas definições para a melhor compreensão do problema em questão.

## 2.4 ATIVOS INTANGÍVEIS

Antes de entrar no mérito de procurar conceituar o que vêm a ser ativos intangíveis e, principalmente, o Capital Intelectual, para melhor entender o assunto proposto, deve-se apresentar o conceito de ativo. Esse conceito é fundamental para o entendimento do que vem a seguir.

De acordo com o IASB (1998, p. 40): “(a) Ativo é um recurso controlado pela empresa como resultado de eventos passados e do qual se espera que futuros benefícios econômicos resultem para a empresa”. Ainda, segundo o IASB (1998, p. 47) “Um ativo é reconhecido no balanço quando é provável que a empresa venha a receber dele benefícios econômicos futuros e o ativo tem um custo ou valor que possa ser medido em bases confiáveis”.



Com base nessa definição, podem-se considerar alguns intangíveis como ativos no balanço patrimonial das empresas, pois, segundo Hendriksen & Van Breda (1999:402), “A maioria dos intangíveis atende a definição de ativo e são reconhecidamente relevantes”. Mas o que vêm a ser esses ativos intangíveis?

Os ativos podem ser divididos em tangíveis e intangíveis. Tangíveis são os que possuem substância. Exemplo: numerário em caixa, estoques de mercadorias, bens móveis e imóveis. Já os ativos intangíveis são aqueles que carecem de substância, que não podem ser tocados, incorpóreos. Conforme Schmidt & Santos (2002, p. 14),

- [...] podem-se classificar como ativos intangíveis os seguintes elementos:
- a) gastos de implantação e pré-operacionais;
  - b) marcas e nomes de produtos;
  - c) pesquisa & desenvolvimento;
  - d) goodwill;
  - e) direitos de autoria;
  - f) patentes;
  - g) franquias;
  - h) desenvolvimento de software;
  - i) licenças;
  - j) matrizes de gravação;
  - k) certos investimentos de longo prazo.

Hendriksen & Van Breda (1999, p. 388) ressaltam que, apesar dos intangíveis não possuírem substância, não deixam de ser ativos. A partir do momento em que algum item intangível preencha os critérios para ser considerado um ativo, deve ser reconhecido como tal.

Mas a maior dificuldade para alguns intangíveis serem ativados é sua expressão monetária. Alguns são evidenciados no BP como patentes, marcas, licenças, gastos em P&D (pesquisa e desenvolvimento). Estes são considerados ativos intangíveis identificáveis, mas existem os não identificáveis, incluindo-se nesse grupo o *goodwill*.

A grande dificuldade da evidenciação dos ativos intangíveis nas demonstrações contábeis é saber que valor será colocado no balanço. A incerteza em relação à geração de bene-

fícios futuros e a mensuração de forma consistente tendem a levar as empresas a não demonstrarem esses valores como ativos.

Schmidt & Santos (2002, p. 16), *apud* IASB, apontam os critérios de reconhecimento dos ativos intangíveis descritos no parágrafo 31 do *International Accounting Standards* (IAS) 38, onde está definido que:

- a) um adquirente reconhece um ativo intangível quando encontra os critérios de reconhecimento estabelecidos nos parágrafos 19 e 20 do IAS 38, mesmo que o ativo intangível não tenha sido reconhecido nas demonstrações financeiras da investida;
- b) se o valor justo de um ativo intangível adquirido como parte de uma combinação de negócios do tipo aquisição do controle acionário não puder ser mensurado confiavelmente, esse ativo não é reconhecido como um ativo intangível separado, mas incluído no *goodwill*.

O reconhecimento de um item como intangível, nas normas internacionais, está descrito nos parágrafos 18, 19 e 20 do IAS 38. Essa norma requer que a entidade demonstre que o item:

- a) se enquadre na definição de ativo intangível;
- b) satisfaça aos critérios de reconhecimento contidos no parágrafo 19 do IAS 38.

O parágrafo 19 do IAS 38 dispõe, por sua vez, que um ativo intangível deve ser reconhecido somente quando:

- a) são prováveis os benefícios econômicos futuros do ativo para a entidade;
- b) o valor do ativo pode ser mensurado confiavelmente.

Os prováveis benefícios futuros até podem ser justificados pelas organizações que evidenciam um intangível como o CI; o problema maior reside em sua mensuração. Mesmo existindo as normas, ainda há entre teóricos da contabilidade uma falta de concordância a respeito da definição dos ativos intangíveis.

A não evidenciação de certas informações, que podem ser relevantes, impossibilita os usuários externos de terem informações adicionais sobre atividades desenvolvidas pelas organizações em relação a fatores influenciados por estes intangíveis. Os usuários externos são aqueles que utilizam as informações das demonstrações contábeis fora do âmbito da empresa, como por exemplo: investidores, bancos, governo, analistas de mercado, pequenos investidores e a própria sociedade. Cada um se utiliza dessas informações, de acordo com seus objetivos e finalidades.

A avaliação econômica das empresas, em muitas situações, se baseia muito mais nos valores de seus ativos intangíveis do que no valor dos ativos tangíveis. E, conforme Antunes (2000, p. 74):

Na prática os ativos intangíveis só vêm sendo avaliados precisamente quando a empresa é vendida. Entretanto, os gestores necessitam ter conhecimento (identificação e mensuração) desses ativos que a empresa possui para administrar sua continuidade e, assim, divulgar informações mais próxima da realidade para os interessados.

O problema em mensurar os ativos intangíveis acaba levando algumas empresas a adotarem critérios de mensuração e evidenciação que, muitas vezes, ferem os princípios contábeis e que acabam gerando informações distorcidas para seus usuários externos, não podendo ser evidenciados até o momento.

Mas, apesar de todas as incertezas, para Klapan & Norton (1999, p. 4),

Os ativos intangíveis permitem que uma empresa:

- Desenvolva relacionamentos que conservem a fidelidade dos clientes existentes e permitam que novos segmentos de clientes e áreas de mercado sejam atendidos com eficácia e eficiência.
- Lance produtos e serviços inovadores desejados por seus clientes alvos.
- Produza bens e serviços customizados de alta qualidade a preços baixos e com ciclos de produção mais curtos.
- Mobilize as habilidades e a motivação dos funcionários para a melhoria contínua de processos, qualidade e os tempos de resposta.
- Utilize tecnologia da informação, banco de dados e sistemas.

Com todas essas vantagens citadas fica difícil para as empresas deixarem de evidenciar esses valores em suas demonstrações contábeis, pois tornaria as mesmas incompletas ou mesmo distorcidas frente à real situação das organizações, podendo trazer com isso danos à empresa no mercado global. E, entre todos estes intangíveis acima mencionados, o *goodwill* será tratado à parte.

## 2.5 GOODWILL

Dentre todos os ativos intangíveis o *goodwill* é o que tem suscitado as maiores controvérsias na teoria contábil, sobretudo em relação a sua natureza. A mesma está intimamente relacionada a outros ativos não identificáveis que podem contribuir com o seu surgimento, de acordo com Schmidt & Santos (2002, p. 43):

- *know-how*;
- propaganda eficiente;
- localização geográfica;
- habilidade administrativa fora de padrões comuns;
- treinamento eficiente de empregados;
- relações públicas favoráveis;
- legislação favorável;
- crédito proeminente;
- condições monopolísticas;
- processos secretos de fabricação;
- fraqueza na administração dos concorrentes;
- clientela estabelecida, tradicional e contínua;
- prestígio e renome do negócio;
- tecnologia de ponta;
- boas relações com empregados;
- associação favorável com outras companhias.

Até o momento a contabilidade não conseguiu avaliar esses intangíveis de forma confiável, refletindo-se assim no próprio conceito de *goodwill*, já que o mesmo pode derivar desses fatores. Muito já foi escrito e continua a se escrever a respeito de tal assunto. Há indícios na literatura que já citam a discussão em 1571, na Inglaterra, referindo-se à terra. Considera-se que a evolução do *goodwill* tem acompanhado as mudanças ocorridas no mundo desde a era agrícola até o presente momento, na era da informação (Schmidt & Santos, 2002).

Segundo Antunes (2000) *apud* Manobe (1986, p. 51-52, 63): “Todos esses fatores vieram sendo apontados como os responsáveis (ou fatores contribuintes) pela geração de lucro da empresa a longo prazo e não reconhecidos pela Contabilidade”.

Mas, a verdade é que a subjetividade desses itens torna a perspectiva de mensurá-los uma tarefa muito difícil, pois alguns itens sofrem mutações devido a fatores sobre os quais as organizações não possuem controle, que influenciam para mais ou para menos esses possíveis resultados.

Há diversas classificações a respeito do *goodwill*, Antunes (2000, p. 84-85) *apud* Martins (1972, p. 74) cita as classificações de Coyngton datadas de 1923 que assumem a seguinte divisão:

- *goodwill* comercial: criado em função, exclusivamente de toda a empresa, independentemente das pessoas proprietárias ou administradoras;
- *goodwill* pessoal: decorrente de uma ou várias pessoas que integram a empresa, sendo proprietária(s) ou administradora(s);
- *goodwill* profissional: desenvolvido por uma classe profissional que cria uma imagem que a distingue dentro da sociedade, propiciando condições de alta remuneração, como no caso dos médicos, advogados e contadores em alguns países;
- *goodwill* evanescente: característico de certos produtos que a moda cria e, portanto, possuem curta duração;
- *goodwill* de nome ou marca comercial: ocasionado pela imagem do nome da empresa que produz o produto ou da marca sob o qual é comercializado. Distingue-se do anterior pela durabilidade.

Atualmente, o *goodwill* tem sido conceituado como a diferença do valor atual da empresa, isto é, sua capacidade de gerar lucros futuros, e o valor econômico dos seus ativos, apresentando um caráter residual.

Segundo Schmidt & Santos (2002, p. 44-45), já para Paton e Paton (*apud* Martins, 1972, p. 73) o *goodwill* apresenta a seguinte classificação:

- *Goodwill* Comercial - decorrente de serviços colaterais, como: equipe amável de vendedores; entregas convenientes; facilidade de crédito; espaço físico apropriado para serviços de manutenção; atributo de qualidade do produto em relação ao preço; atitude e hábito do consumidor como fruto de nome comercial e marca tornados proeminentes em função da propaganda persistente; localização da entidade.
- *Goodwill* Industrial - função de altos salários, baixa rotatividade de empregados, oportunidades internas satisfatórias para acesso às posições hierárquicas superiores, serviço médico, sistema de segurança adequado, quando esses fatores contribuem para a boa imagem da entidade e redu-

ção do custo unitário da produção gerado pela força de trabalho que opera nessas condições.

- *Goodwill* Financeiro - oriundo da atitude de investidores, fontes de financiamento e de crédito em função de a entidade possuir sólida situação para cumprir suas obrigações e manutenção de sua imagem, ou, ainda captar recursos financeiros que lhe permitam aquisições de matéria-prima ou mercadorias em melhores termos e preços.
- *Goodwill* Político - é aquele que surge em decorrência de um bom relacionamento com o Governo.

Há que se destacar a existência da classificação do *goodwill* em adquirido (quando há aquisição de investimentos) e *goodwill* criado ou construído (subjeto). O adquirido é registrado no Brasil pela diferença na aquisição de empresas. Esta diferença entre o preço pago e o valor contábil é conhecida como ágio, sendo registrada pela contabilidade de acordo com as normas brasileiras. Salienta-se que não é o objetivo deste trabalho aprofundar-se nesse assunto, ficando restrito ao *goodwill* subjeto e ao CI.

Assim, o *goodwill* subjeto pode ser definido, segundo Iudicibus (1997, p. 205), como a diferença entre o valor subjeto da entidade em determinado momento e o valor da aquisição dos ativos, ou também como a capacidade de a entidade gerar lucros que superem o custo de oportunidade baseado no investimento inicial e avaliados a valores de realização.

Essa subjatividade gera alguns problemas para a sua avaliação: projeção de lucro ou fluxo de caixa futuros; dificuldades em encontrar uma taxa a ser utilizada nestes cálculos; e problemas relacionados à abrangência de períodos a serem projetados. Problemas como estes também são relativos a mensurações dos benefícios advindos da mensuração do CI. Em tópico específico será traçado um paralelo entre as diferenças entre o *goodwill* subjeto e o Capital Intelectual, em capítulo à parte.

### 3 CAPITAL INTELECTUAL

#### 3.1 CONSIDERAÇÕES INICIAIS

Com base no que foi apresentado no capítulo anterior, os ativos intangíveis são os responsáveis pela avaliação das empresas a valores superiores àqueles encontrados em suas demonstrações contábeis, apesar de alguns itens, como o CI, ainda carecerem de um critério de evidenciação estruturado e reconhecido pelos órgãos competentes, através da elaboração e fixação das normas contábeis.

De acordo com Schmidt & Santos (2002, p. 178), “Ao longo do século XX, economistas e contadores realizaram muitos trabalhos que envolviam o tema, de modo geral ou específico, e tratavam a contabilização dos recursos humanos como um ativo intangível”.

Segundo Antunes (2000) *apud* Martins (1972, p. 58), o impedimento de que alguns itens sejam reconhecidos como ativos são: alguns Princípios Fundamentais da Contabilidade (Custo como Base do Valor, Confrontação da Receita com as Despesas, Conservadorismo) e a Convenção Contábil da Objetividade. A restrição em aceitar diversos itens intangíveis que geram *goodwill* deve-se principalmente ao fato de que a maioria dos ativos intangíveis tem como característica a falta de bases confiáveis para sua mensuração.

Alguns destes intangíveis associados entre si ou com ativos tangíveis denominam-se Capital Intelectual, abordado a seguir.

### 3.2 CONCEITOS DE CAPITAL INTELECTUAL

Antunes (2000) *apud* Brooking (1996, p. 12-13), “define Capital Intelectual como uma combinação de ativos intangíveis, frutos das mudanças nas áreas de tecnologia da informação, mídia e comunicação, que trazem benefícios intangíveis para as empresas e que capacitam seu funcionamento”. Para a autora o CI é dividido em quatro grupos: ativos de mercado, ativos humanos, ativos de propriedade intelectual e ativos de infra-estrutura. A seguir, a composição de cada um dos referidos grupos:

- ativos de mercado: são aqueles relacionados ao mercado, marcas, clientes e fidelidade destes, negócios recorrentes e em andamento, canais de distribuição, franquias que tendem a gerar ganhos à organização;
- ativos humanos: relacionados ao indivíduo e aos benefícios que esse possa proporcionar à organização onde está inserido, sua experiência, criatividade, habilidade em resolver problemas e tomar decisões, tudo visto de forma coletiva e dinâmica;
- ativos de propriedade intelectual: os que precisam de proteção legal para gerarem benefícios às empresas, tais como *know-how*, patentes, *copyright*, *designs*, etc.;
- ativos de infra-estrutura: as metodologias, tecnologias, e os processos empregados que já fazem parte da cultura da empresa, além do seu banco de dados e sistemas de informação, etc.

Já, segundo Antunes (2000) *apud* Edvinsson & Malone (1998, p. 9): “Comparando uma empresa a uma árvore, consideram a parte visível como tronco, galhos e folhas, a que está descrita em organogramas, nas demonstrações contábeis e em outros documentos, e a parte que se encontra abaixo da superfície, no sistema de raízes, Capital Intelectual, que são os fatores dinâmicos ocultos que embasam a empresa visível formada por edifícios e produtos”.

Com base nessa metáfora infere-se que o Capital Intelectual é um fator que dá sustentação às organizações no geral, pois sem o mesmo as empresas não teriam como operar e alcançar seus objetivos. As empresas, sem a existência de algum componente intangível aliado a um elemento tangível, não teriam continuidade.



Considera-se que os fatores ocultos dividem-se em três grupos, segundo os autores referidos:

- Capital Humano: capacidade dos empregados e gerentes, seu conhecimento, sua experiência, sua criatividade, e suas habilidades. Inclui, ainda, as inovações organizacionais da troca de informações entre os colaboradores.
- Capital Estrutural: infra-estrutura que dá sustentação ao capital humano, assim como a capacidade, que a organização possui, de armazenar e transmitir o conhecimento intelectual. Abrange os sistemas de informação, patentes, marcas registradas e direitos autorais, etc.
- Capital de Clientes: trata-se do relacionamento com os clientes e os valores que a empresa agrega aos mesmos.

Observa-se na estrutura colocada pelos três autores similaridades em relação ao capital humano e ativos humanos, bem como o capital estrutural, que engloba os ativos de infraestrutura, de mercado e propriedade intelectual. Com base nestas classificações, verifica-se que somente um ativo intangível não consegue trazer benefícios isoladamente; existe a necessidade da união de vários itens para a obtenção de algum resultado.

Crawford (1994, p. 119) afirma: “Na economia do conhecimento, a função básica do capital físico e financeiro será o de libertar o potencial humano e elevar a produtividade dos trabalhadores e não a de se tornar o elemento primordial da produção”. Ainda conforme o autor (1994, p. 155): “Embora o maior recurso de uma economia seja seu capital humano, as regras padrão de contabilidade não atribuem nenhum valor aos recursos humanos no balanço de uma empresa”.

As informações geradas pelas demonstrações adequadas aos princípios e normas contábeis já não dão suporte aos investidores, quanto às reais perspectivas das empresas em

relação ao futuro dos negócios e geração de recursos, no decorrer do tempo, pela utilização de seu conhecimento.

O estudo das relações entre os ativos intangíveis e, principalmente, a influência do Capital Intelectual na nova economia fazem com que as organizações procurem evidenciar de alguma forma seus ativos do conhecimento.

De acordo com Sveiby (1998, p. 187): “[...], não existe um sistema abrangente de avaliação de ativos intangíveis que utilize o dinheiro como denominador comum e, ao mesmo tempo, seja prático e útil aos gerentes”.

Muitas empresas têm criado indicadores não financeiros para avaliar, pelo menos, alguns dos seus ativos intangíveis, organizações dos mais variados ramos de atividades (hospitais, escolas, serviços, indústrias, etc.), mas, principalmente em relação à sua parte operacional, a nível interno.

Anthony & Govindarajan (2001, p. 559) ressaltam que: “É importante para os altos executivos não somente observar os parâmetros financeiros, que indicam os resultados de decisões tomadas, mas também os parâmetros não financeiros, que são indicadores de desempenho futuro”.

Uma forma de obter essas informações de caráter não financeiro fez com que empresas que, sentindo a necessidade, e vendo os intangíveis e o Capital Intelectual terem uma influência decisiva na continuidade de suas operações, procurassem uma forma de evidenciar esses itens.

O quadro 3.1 disponível em <<http://www.fgvsp.br / conhecimento / Bibliografia / Histórico.htm>>, abaixo apresenta uma cronologia dos eventos ligados ao tema Capital Intelectual, nas últimas décadas do século passado:

Quadro 3.1 Cronologia dos eventos relacionados ao Capital Intelectual

1986	Karl E. Sveiby, consultor sueco, publica <i>The Know-How Company</i> , sobre a gestão de ativos intangíveis.
Abril 1986	David Teece publica o artigo <i>Profiting from Technological Innovation</i> .
1988	Sveiby publica <i>The New Annual Report</i> .
1989	Sveiby publica <i>The Invisible Balance Sheet</i> .
Verão 1989	Patrick Sullivan inicia pesquisa sobre "comercialização de inovação".
1990	Peter Senge publica o livro <i>The Fifth Discipline – The Art &amp; Practice of The Learning Organization</i> .
Outono 1990	O termo "capital intelectual" é cunhado na presença de Thomas Stewart, membro do conselho de editores da revista <i>Fortune</i> e um dos pioneiros na pesquisa do CI.
Janeiro 1991	Stewart publica um breve artigo, intitulado <i>Brainpower</i> , na revista <i>Fortune</i> .
Primavera 1991	Sullivan e Stewart se comunicam por teleconferência e discutem o tema extração de valor.
Setembro 1991	A Skandia AFS, uma seguradora sueca, cria o primeiro cargo corporativo com responsabilidade sobre CI, designando Leif Edvinsson para vice presidente.
Primavera 1992	Stewart publica um artigo mais longo, <i>Brainpower</i> , na revista <i>Fortune</i> .
Outono 1992	Sullivan encontra-se com Edvinsson.
Primavera 1993	Edvinsson visita Sullivan em Berkeley
Outono 1993	Sullivan encontra-se com Gordon Petrash, Diretor de Capital Intelectual/Gestão do Conhecimento da Dow Chemical.
Janeiro 1994	Stewart entrevista Sullivan visando um próximo artigo sobre "medição do CI".
Outubro 1994	Stewart é o autor da matéria de capa da <i>Fortune</i> , <i>Intellectual Capital</i> .
Novembro 1994	Sullivan, Petrash e Edvinsson decidem promover o Encontro de Gestores de CI, ou <i>IC M (Intellectual Capital Managers) Gathering</i> , convidando empresas como Dow Chemical, Du Pont, Hewlett-Packard, Hughes Space and Communications, Hoffman LaRoche e Skandia.
Janeiro 1995	Primeira reunião do <i>ICM Gathering</i> .
1995	I. Nonaka e H. Takeuchi publicam o livro <i>The Knowledge-Creating Company – How Japanese Companies Create the Dynamics of Innovation</i> .
Mai 1995	A Skandia leva a público seu primeiro relatório sobre CI.
1996	A. Brooking publica o livro <i>Intellectual Capital: Core Asset for the Third Millenium Enterprise</i> .
Abril 1996	Simpósio da <i>Securities and Exchange Commission-SEC</i> sobre medição de ativos intelectuais/ intangíveis.
Setembro 1996	Sullivan e Parr publicam <i>Licensing Strategies</i> .
Outubro 1996	Baruch Lev, professor de Contabilidade e Finanças, cria o Projeto de Pesquisa de Intangíveis, na <i>New York University</i> .
Março 1997	Edvinsson e M. Malone, publicam o livro <i>Intellectual Capital: Realizing Your Company's True Value by Finding its Hidden Brainpower</i> .
Abril 1997	Stewart publica o livro <i>Intellectual Capital: The New Wealth of Organizations</i> .
1997	Sveiby publica o livro <i>The New Organizational Wealth: Managing and Measuring Knowledge-Based Assets</i> .
1998	Sullivan publica o livro <i>Profiting from Intellectual Capital – Extracting Value from Innovation</i> .
1998	T. Davenport e L. Prusak publicam o livro <i>Working Knowledge – How Organizations Manage What They Know</i> .

Traduzido e adaptado por Jean Jacques Salim de Patrick H. Sullivan, *Profiting from Intellectual Capital*. John Wiley & Sons, Inc., 1998.

Antes do emprego do termo Capital Intelectual, cunhado segundo o quadro em 1990, estes itens eram classificados como ativos intangíveis ou, ainda, como *goodwill*. Ressalta-se que os estudos se basearam mais num dos elementos componentes do capital intelectual, o Capital Humano.

A empresa pioneira na tentativa de apresentação de um modelo para evidenciar seu Capital Intelectual foi o Grupo Skandia, empresa escandinava, que atua em 23 países na área de prestação de serviços financeiros e de seguros. Antunes (2000, p. 91).

### 3.3 MODELO DE MENSURAÇÃO DO CI DO GRUPO SKANDIA

A empresa sueca Skandia foi uma das empresas pioneiras na publicação de um modelo de evidenciação do CI. Em 1995, junto às suas demonstrações contábeis a empresa apresentou um suplemento com informações sobre a mensuração do CI.

A idéia da criação de um modelo, que viesse a demonstrar os valores resultantes da aplicação do conhecimento e de novas tecnologias na prestação dos seus serviços, começou a surgir no início da década 80. Após vários questionamentos, chegou-se à conclusão de que os demonstrativos contábeis tradicionais não eram instrumentos apropriados para demonstrarem tais elementos. Segundo Antunes (2000, p. 91):

O modelo desenvolvido pelo grupo foi motivado pela percepção de seus diretores, sobretudo de Jan Carendi e de Lef Edvinsson, no início da década de 80, de que o poder competitivo de uma empresa residia cada vez menos nos ativos contábeis tradicionais e cada vez mais em fatores subjetivos até então não mensurados.

O balanço patrimonial e a demonstração de resultados, por se referirem a eventos do passado, não conseguem demonstrar os valores relacionados ao CI, que exprime uma tendência de geração de benefícios futuros.

Com isso, segundo Antunes (2000, p. 94):

Em setembro de 1991, foi criada a função de Capital Intelectual (CI), à semelhança das demais áreas funcionais de uma organização, na Skandia Assurance & Financial Services (AFS), uma subsidiária do grupo que atua na área de seguros de vida e serviços financeiros”, ressaltando que a missão de tal função era calcada nos seguintes itens:

- incentivar e desenvolver o CI, tornando-o visível e permanente, que complementasse o Balanço patrimonial;
- servir de elo entre as funções da empresa e a função de CI;
- desenvolver novos instrumentos para avaliação e medição do Capital Intelectual; e
- criar programas para a disseminação do conhecimento na organização.

Segundo Antunes (2000, p. 95), o primeiro diretor de CI escolhido pela Skandia foi Leif Edvinsson. Este formou uma equipe de trabalho composta por analistas financeiros e contábeis, estabelecendo as metas a seguir relacionadas:

- identificar e ampliar a visibilidade e a mensurabilidade dos ativos intangíveis e tangíveis;
- captar e apoiar a apresentação de idéias, utilizando tecnologia que compartilhe o conhecimento;
- aperfeiçoar e cultivar o Capital Intelectual por meio do desenvolvimento profissional, do treinamento e das redes de tecnologia da informação;
- capitalizar o Capital Intelectual por meio de uma reciclagem do conhecimento e crescente transferência comercial da aplicação e habilidade e conhecimento especializado.

Seguiu-se o levantamento dos valores ocultos e chegou-se a uma relação de mais de 50 itens que exprimiam algum valor, mas não apareciam na Contabilidade. Edvinsson e sua equipe chegaram às seguintes conclusões após o levantamento:

1. CI constitui-se em informação suplementar e não subordinada às demonstrações financeiras;
2. CI é não financeiro e representa o intervalo entre o valor de mercado e o valor contábil;
3. CI é um passivo e não um ativo.

Analisando essas primeiras conclusões, observa-se que a posição de complementariedade em relação à contabilidade tradicional reside no fato dos itens do CI futuramente tornarem-se um valor monetário. O entendimento como passivo, segundo Antunes (2000, p. 96), tem como explicação que caso o CI fosse tratado como ativo teria que, em algum momento, ser amortizado e reduzido no Balanço; considerando-o como passivo, retrata a idéia de um valor corporativo, visto como uma origem de recursos. Partiu-se em busca de uma forma de evidenciar tais valores.

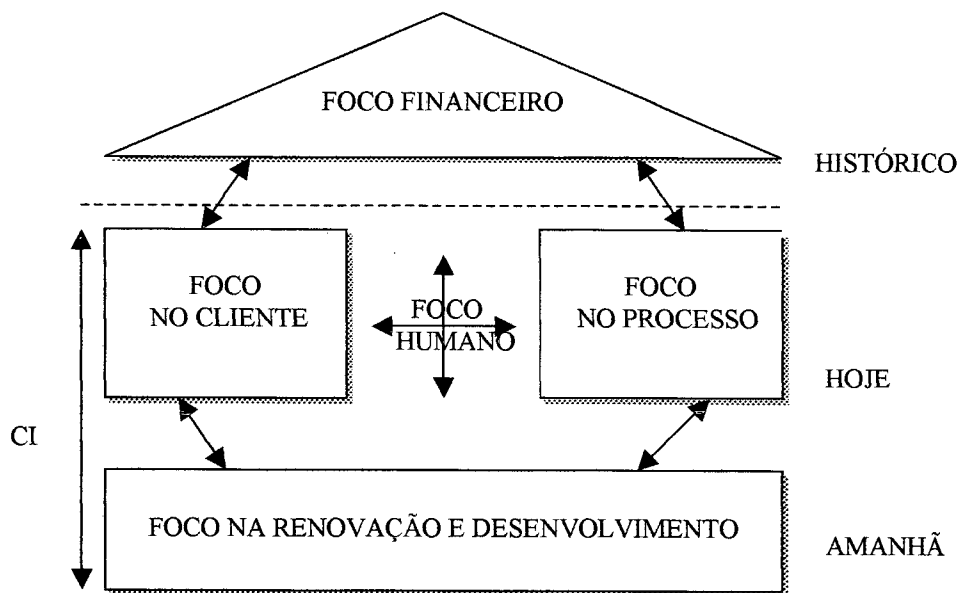
Dando prosseguimento aos seus pensamentos a equipe identificou certos valores de sucesso que foram divididos em cinco áreas distintas de foco:

- área de foco financeiro;
- área de foco de clientes;
- área de foco de processo;
- área de foco de renovação e desenvolvimento;
- área de foco humano.

E, inserido dentro dessas áreas de foco encontram-se os indicadores relacionados à medição dos mesmos. Este tipo de enfoque assemelha-se muito ao *Balanced Scorecard* desenvolvido por Kaplan & Norton (1997) que utiliza uma abordagem de múltiplas perspectivas para avaliar itens intangíveis. Segundo Wernke (2001, p. 41), na utilização destas perspectivas ou áreas para monitorar ou gerenciar os intangíveis que contribuem para a geração futura de lucros, procura-se otimizar os recursos disponíveis, sendo que nem todos os intangíveis são abrangidos, devido à subjetividade acentuada de alguns itens.

O relacionamento dos cinco focos originou o relatório de CI, que foi denominado de “navegador”. Seu modelo será apresentado a seguir.

O Navegador Skandia apresenta a seguinte configuração:



Fonte: EDVINSSON, L. & MALONE, M. **Capital Intelectual**. Trad. Roberto Galman. São Paulo: Makron Books, 1998 p. 60. Adaptado.

Figura 3.1 - Navegador Skandia.

O modelo apresentado na figura 3.1 espelha o inter-relacionamento entre os diversos focos e seu desenho assemelha-se a uma casa. Segundo seus autores, pode ser assim dividida:

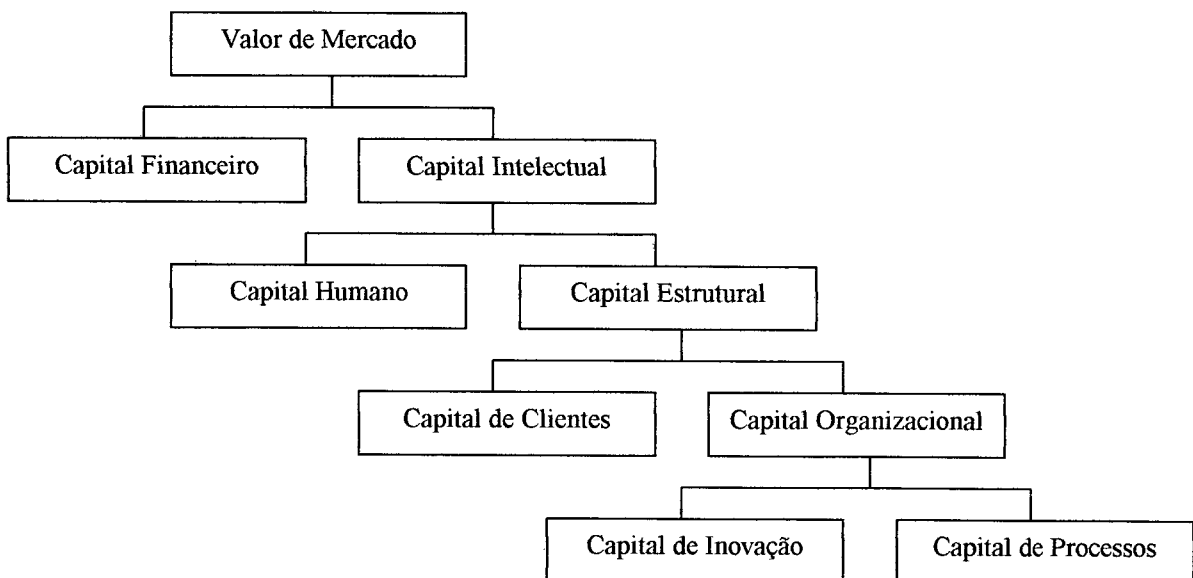
- O triângulo é o foco financeiro que representa o BP; o passado da empresa e seus indicadores, geralmente, são bem conhecidos;
- Os dois retângulos menores representam o foco no cliente, um dos componentes do CI, e o outro o foco no processo, correspondente a uma parte do capital estrutural, ambos representando o presente;
- A base da casa de CI volta-se para o futuro, o foco na inovação e desenvolvimento, que é a outra parte integrante do capital estrutural;
- A parte central da casa, o foco humano, é o fator dinâmico que, interagindo com os outros elementos, é capaz de criar o CI.

Antunes, (2000, p. 99) *apud* Edvinsson & Malone (1998, p. 61-62), coloca de forma sistemática as funções do navegador:

- perscrutar as mensurações: o modelo não pode ser apenas um repositório de índices. O modelo necessita agrupá-los de maneira coerente em uma categoria e depois juntar todas as categorias em um todo coeso, agindo como um guia;
- olhar para o alto, em direção a medidas mais abrangentes de valor: o modelo deve processar todas as informações num patamar mais elevado de abstração. Isto significa alinhar todos os dados visando à criação de um pequeno número de números globais, possibilitando comparações e “diálogos” entre grupos;
- olhar para fora, em direção ao usuário: o modelo deve preocupar-se tanto com a transparência da informação quanto com a facilidade de visualização e entendimento do usuário.

Analisando as funções do “navegador” infere-se que o mesmo é uma importante ferramenta de gestão, devendo para tanto ser de fácil compreensão por todos na empresa, e não um amontoado de números sem sentido. Sua utilização deve possibilitar o entendimento dos grupos envolvidos e a uniformidade das informações obtidas de todas as áreas de foco.

Para a Skandia chegar a uma medição do valor do CI ela utilizou-se da seguinte fórmula identificada como a do CI:  $CI = VM - VC$ , onde VM é o valor de mercado e VC o valor contábil. E, para encontrar seu valor de mercado usou o seguinte esquema:



Fonte: EDVINSSON, L. & MALONE, M. **Capital Intelectual**. Trad. Roberto Galman. São Paulo: Makron Books, 1998 p. 47. Adaptado.

Figura 3.2 - Esquema Skandia para valor de mercado.



Baseado na figura 3.2, cada nível de capital serviu de base para a elaboração do modelo, possuindo cada um dos cinco focos seus indicadores. Segundo Anthony & Govindarajan (2001, p. 594), cada divisão da Skandia escolheu parâmetros diferentes para cada um dos focos citados, acreditando serem os mais adequados a sua situação. A tabela 3.1 demonstra a utilização das múltiplas perspectivas na SkandiaLink, divisão operacional da Skandia com ênfase no mercado sueco.

<i>Foco financeiro</i>	1995	1994	1993
Receita bruta de prêmios	2.087	1.874	1.145
Resultado gerencial operacional	176	132	136,5
Recursos gerenciados	6.641	4257	n.a.
<i>Foco nos clientes</i>			
Quantidade de contratos	153.104	114.919	74.253
Taxa de resgate de apólices	1,1%	1,0%	n.a.
<i>Foco nos funcionários</i>			
Quantidades de funcionários	48	51	52
Índice de delegação (máximo = 1.000)	464	534	n.a.
<i>Focos nos processos</i>			
Despesas administrativas/prêmios de seguro (receita bruta)	5,0%	4,5%	5,7%
Despesas da unidade IT/despesas administrativas	29,7%	28,0%	26,0%
<i>Foco em renovação e desenvolvimento</i>			
Quantidade de contratos por funcionário	3.180	2.253	1.439
Transferências de fundos pelo Telelink	40%	22%	n.a.

Fonte: ANTHONY, Robert N. & GOVINDARAJAN, Vijay. **Sistemas de controle gerencial**. Trad. Adalberto Ferreira das Neves. São Paulo: Atlas, 2001. p. 595 Adaptado.

Tabela 3.1 – SkandiaLink

Foram apresentados os principais indicadores relacionados a cada foco, refletindo de forma positiva a adoção do modelo. Observa-se, com base na tabela, que a SkandiaLink, após adotar o modelo de evidenciação sob múltiplas perspectivas (Navegador Skandia), obteve uma melhoria substancial no seus índices. Comparando-se os anos de 1994 e de 1995, contempla-se um aumento da receita bruta de 1.874 para 2.087, uma variação positiva de 11%; além da diminuição do quadro funcional, o aumento do número de contratos por funcionário, etc.. Resumindo, a situação da divisão com base nessas informações foi alterada para melhor.

Com base no que foi apresentado, a seguir são feitos alguns comentários sobre a relação entre *goodwill* e CI.

### 3.4 GOODWILL VERSUS CAPITAL INTELECTUAL

Com base nos conceitos apresentados sobre *goodwill* e Capital Intelectual procura-se traçar uma relação entre os conceitos dos mesmos. Segundo Antunes (2000, p. 85), assim como o *goodwill*, o CI está relacionado à capacidade de geração de lucros futuros, uma das características fundamentais para um item ser considerado um ativo, divergindo da opinião inicial da equipe de Edvinsson, que considerava o CI como passivo.

Muitos dos fatores que geram o *goodwill* também geram o CI; o quadro 3.2 apresenta alguns fatores que geram o *goodwill* e o Capital Intelectual.

Fatores que geram o goodwill	Fatores que geram o capital intelectual
<ul style="list-style-type: none"> <li>Habilidade Administrativa fora dos padrões comuns</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sinergia entre os programas de treinamento e os objetivos corporativos</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Organização ou gerente de vendas proeminente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Funcionário tratado como um ativo raro</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Fraqueza na administração dos concorrentes</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Esforço da administração para alocar a pessoa certa, considerando suas habilidades.</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Propaganda eficiente</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Existência de oportunidade para desenvolvimento profissional e pessoal</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Processos secretos de fabricação</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Avaliação do retorno sobre o investimento realizado em Pesquisa e Desenvolvimento (P&amp;D)</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Boas relações com os empregados</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Identificação do Know-how gerado pelo P&amp;D</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Crédito proeminente como resultado de uma sólida reputação</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Existência de uma estratégia proativa para tratar a propriedade intelectual</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Eficiente treinamento para os empregados</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Identificação dos clientes recorrentes</li> </ul>
<ul style="list-style-type: none"> <li>Alta posição perante a comunidade obtida por meio de ações filantrópicas e participação em atividades cívicas por parte dos administradores</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Conhecimento, por parte dos funcionários do que representa seu trabalho para o objetivo geral da companhia.</li> </ul>

Fatores que geram o goodwill	Fatores que geram o capital intelectual
• Associações favoráveis com outra entidade	• Avaliação do retorno sobre o investimento realizado em canais de distribuição
• Localização geográfica estratégica	• Mensuração do valor da marca
• Descoberta de talentos e recursos	• Existência de uma infra-estrutura para ajudar os funcionários a desempenhar um bom trabalho
• Condições favoráveis com relação aos tributos	• Valorização das opiniões dos funcionários
• Legislação favorável	• Participação dos funcionários na elaboração dos objetivos traçados
	• Encorajamento dos funcionários para inovar

Fonte: SCHIMDT, Paulo & SANTOS, José Luiz dos. *Avaliação dos ativos intangíveis*. São Paulo: Atlas, 2002. p. 184-185. Adaptado

Quadro 3.2 Análise comparativa do *goodwill* subjetivo e capital intelectual.

Observa-se que muitos dos fatores descritos estão ligados tanto ao *goodwill* quanto ao CI e que, devido à subjetividade do *goodwill*, alguns fatores de ambos não foram relacionados.

Já Edvinsson & Malone (1998, p. 11) consideram que o CI é uma teoria aparentemente nova, pois, na prática, esteve sempre presente na forma do *Goodwill*, e que sempre existiu o interesse na busca de entender a diferença entre o valor de mercado e o valor contábil.

Antunes, (2000) *apud* Brooking (1996, p. 12), salienta que o Capital Intelectual iniciou quando o primeiro vendedor estabeleceu um bom relacionamento com o seu cliente, o que se denominou *Goodwill*.

Baseado na afirmação dos autores observa-se uma tendência de interpretar o CI como parte integrante do *goodwill*, e o modelo desenvolvido pelo grupo Skandia procura identificar alguns destes itens, diminuindo a quantidade de ativos intangíveis não identificados e, conseqüentemente, o valor do *goodwill*, mas não o problema, em sua totalidade.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS E SUGESTÕES

Espera-se que o objetivo geral desta pesquisa em discorrer sobre como a contabilidade tem tratado os ativos intangíveis e, principalmente, o CI tenha sido alcançado, assim como os objetivos específicos.

Dentre os objetivos específicos, a análise da base teórica procurou dar subsídios aos fatos mais importantes relacionados à evolução da caracterização dos ativos intangíveis pela contabilidade, apresentando a definição de ativo cunhada pelos principais órgãos e teóricos da ciência contábil, a fim de tornar o desenvolvimento da pesquisa o mais compreensível possível.

A ciência contábil sempre procurou se adequar ao momento histórico em que a sociedade e as organizações estavam inseridas, desde a era industrial, baseada em ativos físicos, até os dias atuais, em que é dada maior ênfase ao conhecimento e à informação. Ressalta-se que a contabilidade tradicional ainda não reconhece o valor de alguns elementos intangíveis, importantes na manutenção da continuidade das entidades.

Na tentativa de esclarecimento dos valores que compõem a diferença entre o valor de mercado e o valor contábil das empresas a Skandia desenvolveu um modelo próprio, se não completo pelo menos uma tentativa de demonstrar tais valores. O modelo reflete a inter-relação entre todas as áreas da organização, através do acompanhamento de indicadores, em sua maioria não monetários. Talvez os maiores problemas desse modelo sejam a falta de padrões de comparação e o caráter subjetivo dos números apresentados, o que torna sua aceitação pelos usuários externos bastante problemática.

Apesar do termo Capital Intelectual ser um conceito relativamente novo, a contabilidade já o tratava como *goodwill*, e a mensuração do CI por parte da Skandia serviu para des-

vendar partes integrantes desse conceito. Destaca-se que, apesar dos vários estudos sobre o *goodwill*, não se chegou a uma conclusão a respeito da sua definição.

Seria ideal que o assunto fosse melhor tratado a nível de graduação, dando-se uma maior ênfase ao reconhecimento e avaliação dos ativos intangíveis, até porque vivemos em uma economia em que as empresas virtuais têm se destacado no cenário mundial. Empresas como a Microsoft e a Nike, só para citar algumas, são exemplos dessa nova realidade.

Acredita-se que, com o surgimento de novas tecnologias e o aperfeiçoamento dos modelos de mensuração do CI, a evidenciação dos intangíveis torne-se menos complexa e seja utilizada por um número maior de entidades.

## BIBLIOGRAFIA

- ANDRADE, Maria Margarida de. **Como preparar trabalhos para cursos de pós-graduação: noções práticas**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1997.
- ANTHONY, Robert N. & GOVINDARAJAN, Vijay. **Sistemas de controle gerencial**. Trad. Adalberto Ferreira das Neves. São Paulo: Atlas, 2001.
- ANTUNES, Maria Thereza Pompa. **Capital Intelectual**. São Paulo: Atlas, 2000.
- ASTI VERA, Armando. **Metodologia da pesquisa científica**. 8. ed. São Paulo: Globo, 1989.
- BRASIL. **Lei n.º 6.404 de 15 de dezembro de 1976**. Dispõe sobre as sociedades por ações.
- CERVO, Amado Luiz & BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia científica: para uso dos estudantes universitários**. 3. ed. São Paulo: McGraw-Hill do Brasil, 1983.
- Conselho Federal de Contabilidade. **Princípios Fundamentais de Contabilidade e Normas Brasileiras de Contabilidade**. 2. ed. Brasília: CFC, 2000.
- CRAWFORD, Richard. **Na era do capital humano: o talento, a inteligência e o conhecimento como forças econômicas, seus impactos nas empresas e nas decisões de investimento**. Trad. Luciana B. Gouveia. São Paulo: Atlas, 1994.
- EDVINSSON, L. & MALONE, M. S. **Capital Intelectual**. Trad. Roberto Galman. São Paulo: Makron Books, 1998.
- FACHIN, Odília. **Fundamentos de metodologia**. São Paulo: Atlas, 1993.
- FGVSP. **Cronologia de eventos ligados ao capital intelectual**. Disponível em <http://www.fgvsp.br/conhecimento/Bibliografia/Historico.htm>. Acesso em: 24 out. 2002.
- GIL, Antônio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1991.
- HENDRIKSEN, Eldon S. & VAN BREDA, Michael F. **Teoria da contabilidade**. São Paulo: Atlas, 1999.
- IUDICÍBUS, Sérgio de & MARION, José Carlos. **Introdução à teoria da contabilidade para o nível de graduação**. São Paulo: Atlas, 1999.
- \_\_\_\_\_, Sérgio de. **Teoria da contabilidade**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1997.
- KAPLAN, Robert S. & NORTON, David P. **A estratégia em ação: balanced scorecard**. 5. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1997.
- MARCONI, Maria de Andrade & LAKATOS, Eva Maria. **Técnicas de pesquisa: planejamento e execução de pesquisas, amostragens e técnicas de pesquisa, elaboração, análise e interpretação de dados**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 1990.

- MARINHO, Pedro. **A pesquisa em ciências humanas**. Rio de Janeiro: Vozes, 1980.
- NONAKA, Ikujiro & TAKEUCHI, Hirotaka. **Criação de conhecimento na empresa**. Trad. Ana Beatriz Rodrigues, Priscilla Martins Celeste. Rio de Janeiro: Campus, 1997.
- Normas internacionais de contabilidade. 1997. São Paulo: IBRACON, 1998.
- PAIVA, Simone Bastos. **Capital Intelectual**: um novo paradigma para a gestão dos negócios. In. Congresso Brasileiro de Contabilidade, 16. 2000, Goiânia, GO [CD ROM] Brasília: CFC, 2000.
- ROSSETTI, José Paschoal. **Introdução a economia**. 17. ed. São Paulo: Atlas, 1997.
- SCHMIDT, Paulo & SANTOS, José Luiz dos. **Avaliação dos intangíveis**. São Paulo: Atlas, 2002.
- SALOMON, Délcio Vieira. **Como fazer uma monografia**: elementos de metodologia do trabalho científico. 5. ed. Belo Horizonte: Interlivros, 1977.
- SVEIBY, Karl Erik. **A nova riqueza das organizações**. Trad. Luiz Euclides Trindade Frazão Filho. Rio de Janeiro: Campus, 1998.
- WERNKE, Rodney. Contabilidade para a nova economia. **Revista Brasileira de Contabilidade**. Brasília - DF, n. 131 p. 31- 43, set/out. 2001.