

## **CAPITAL INTELECTUAL – A IMPORTÂNCIA DO ATIVO INTANGÍVEL**

Autores

Cristiano Medeiros  
Fabiano Altomare Shimbata  
Renato de Oliveira Ribeiro  
Rogério Biceglia Martins  
Jorge Luiz Galvão de Oliveira

**PRESIDENTE PRUDENTE – SÃO PAULO  
2005**

**SUMÁRIO**

<b>ITEM</b>	<b>DESCRIÇÃO</b>	<b>PAG</b>
	INTRODUÇÃO.....	3
1	AVALIAÇÃO DE ATIVOS.....	4
1.1	O Surgimento e a Identificação dos Ativos Intangíveis.....	5
1.2	A Mensuração do Ativo Intangível e o Destaque Empresarial.....	5
2	O CAPITAL INTELECTUAL.....	7
2.1	O Trabalhador Intelectual.....	7
	CONCLUSÃO.....	9
	REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS.....	10

## INTRODUÇÃO

O presente artigo visa identificar a importância dos ativos intangíveis para os valores das organizações, em especial, o capital intelectual.

Muitas empresas e profissionais não reconhecem esses ativos e, por isso, às vezes, elas deixam de ser competitivas. O patrimônio das empresas não é somente composto por bens tangíveis, mas também por aquilo que ela representa na sociedade e todo conhecimento nela existente, seja dos empregados, diretores e gerentes, o que induz pensar ser o bem mais importante que uma organização possui.

Dessa forma, para se chegar a um resultado econômico e financeiro desejável, as empresas procuram agregar valores para atrair investimentos e, assim sendo, os ativos intangíveis correspondem a uma grande parcela desses valores, o que pode ser observado nos estudos efetuados por Stewewart (1998) *apud* Silva (2002, p.20), assim descritos: “a informação e o conhecimento são as armas termonucleares competitivas de nossa era. O conhecimento é mais valioso e poderoso do que os recursos naturais”.

Segundo Herckert (2004), a era em que vivemos deu destaque à avaliação do poder lucrativo e de continuidade da empresa, sob a ótica de um verdadeiro capital humano, um intangível que se já era de interesse de estudiosos, no passado, passou a ganhar um relevo especial em nossos dias.

Atualmente, o que se verifica é uma inobservância, por parte dos administradores e diretores na gestão do capital intelectual das empresas, deixando de lado o que mais se agrega valor em uma organização: o conhecimento. Não obstante, verifica-se que autores como Silva (2002), acreditam ser uma empresa, quando considerada tradicional, um conjunto de ativos físicos que podem ser adquiridos por capitalistas que serão assim considerados responsáveis pela sua manutenção.

O ideal para a gestão do capital intelectual é reconhecer o valor humano existente nas empresas, capacitando e incentivando esse ativo de forma que venha agregar valores para a organização.

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

O estudo busca demonstrar traços de amadurecimento do enfoque dos bens considerados intangíveis e que vem ganhando espaço e valor no segmento contábil, apesar de ainda não encontrarem respaldo científico que possam mensurar tais valores de forma a figurarem nos Balanços Patrimoniais das empresas.

## 1. AVALIAÇÃO DE ATIVOS

De acordo com Pinto et al. (2002), os ativos apresentam-se e dividem-se sob quatro grupos, sendo três deles precisos e mensuráveis e o quarto, impreciso e essencialmente não mensurável, até que a empresa seja vendida. Nos quatro grupos propostos, dois deles são os considerados ativos circulantes, que deverão ser vendidos e utilizados no curto prazo e os ativos permanentes, os quais sob a forma de plantas industriais, equipamentos e imóveis, possuem uma vida mais longa, servindo de suporte físico ao desenvolvimento normal das atividades da empresa. Esses últimos são depreciados, tendo em vista que continuarão trazendo benefícios à empresa ao longo de diversos períodos.

A terceira categoria é composta pelos investimentos, como as ações e as obrigações de propriedade da empresa. Essa categoria pode ser avaliada de maneira sistemática, por meio do valor de mercado e outros parâmetros, se constituindo mais voláteis que as duas categorias anteriores.

Por fim, a quarta categoria de ativo, aquela não mensurável, que, no entanto, é muito mais problemática. Os ativos não mensuráveis ou intangíveis, são aqueles que não possuem existência física, mas, assim mesmo, representam valor para a empresa. Eles são, tipicamente de longo prazo e de difícil avaliação precisa, pois só serão mensurados quando a empresa for vendida.

Nessa direção e ainda citando Pinto et. al. (2002, p.04) “O ativo intangível ou incorpóreo, são bens que não se pode tocar ou pegar. A palavra intangível vem do latim, *tangere* ou ‘tocar’, os bens intangíveis, portanto, são bens que não podem ser tocados, porque não tem corpo, são incorpóreos.”

Ratificando essa interpretação, Matheus (2003, p.14), diz: “Alguns elementos e recursos presentes dentro da empresa podem ser de difícil identificação e mensuração. A esses elementos e recursos pode ser dada a definição de ativos intangíveis.”

A publicação do Relatório Anual e de Responsabilidade Sócio-Ambiental do Banco do Brasil (2003, p.01), relata que “Ativos Intangíveis são recursos controlados pela empresa, capazes de trazer benefícios no futuro ao negócio. Esses ativos não estão refletidos nas demonstrações financeiras, mas se transformam em benefícios quando estão associados a alguma atividade ou ação da companhia.”

Demonstrando a importância dos ativos intangíveis, encontramos a citação de Vasconcelos e Ferreira (2004, p.02) que os classificam em dois grupos: “Ativos Intangíveis ‘identificáveis’, para os quais se pode dar um nome (ex: marcas, patentes, etc.) e os ‘não identificáveis’ que contemplam, principalmente, os ativos humanos (capital intelectual) e outros fatores como qualidade, confiabilidade, tecnologia, lealdade dos clientes, etc. Como não há meios de identificar estes itens individualmente optou-se por chamá-los de *Goodwill*.”

Diante das avaliações dos estudiosos citados, não resta outra alternativa que não seja ingressar no mundo dos bens intangíveis e passar a tratá-los como sendo bens de alta relevância para a mensuração das empresas, e neste contexto, o capital intelectual, representado pelos Seres Humanos e os conhecimentos que estes possuem e colocam à disposição da organização, gerando e agregando valor.

## 1.1 O Surgimento e a Identificação dos Ativos Intangíveis

Ao averiguar-se a evolução histórica envolvendo a sistemática de reconhecimento e mensuração dos ativos intangíveis pela Contabilidade, verifica-se que essa preocupação não é recente, muito pelo contrário, remonta a séculos, embora trabalhos específicos sobre o tema datem do final do século passado. (ANTUNES, 2000, p.76)

A célula social está composta por riquezas tangíveis e intangíveis. De acordo com alguns estudiosos no assunto, entre eles, destacam-se Medeiros e Oliveira (2000), a contabilidade tradicional registra apenas patrimônio material e não menciona o imaterial e, especificamente neste foco, os autores destacam:

O poder competitivo de uma empresa reside cada vez menos nos ativos contábeis tradicionais como, por exemplo, estoques, edifícios, máquinas, mas um novo conceito vem surgindo, que são os ativos intangíveis, que dizem respeito à capacidade para administrar o fluxo de competências das pessoas. (MEDEIROS e OLIVEIRA, 2000, p.06)

A partir destes conceitos e das avaliações efetuadas pelos estudiosos anteriormente citados, observa-se que o surgimento e a identificação de ativos intangíveis, onde definem que a soma de todos esses elementos da organização podem ser chamados de *goodwill*. Sendo assim, o *goodwill* torna-se um elemento essencial para agregação de valores dentro da empresa.

Nesta direção e reforçando os argumentos utilizados e destacados por diversos autores, encontramos alguns dificultadores para a mensuração desses valores, onde surge a citação emanada por Matheus (2003, p.39): “A missão de se avaliar uma empresa, pode oferecer, no entanto, algumas dificuldades para o avaliador. A principal dificuldade consiste na própria definição das premissas a serem adotadas para realização das projeções acerca das variáveis consideradas para a determinação do valor da empresa [...]”

### 1.2A Mensuração do Ativo Intangível e o Destaque Empresarial

Reconhecida por todos os estudiosos no assunto, a dificuldade em se mensurar o valor de um ativo considerado intangível, é deveras o grande dificultador para que a Contabilidade reconheça e passe a mensurar e considerar tais ativos no Balanço Patrimonial das organizações.

Vianna (1998) *apud* Medeiros e Oliveira (2000), comentam que ativos intangíveis podem ultrapassar várias vezes o valor contábil tangível de uma empresa. O exemplo mais visto é o da Microsoft, cujas ações são negociadas por dez vezes o seu valor contábil, ou seja 90% (noventa por cento) dos seus valores são considerados intangíveis. Os estudiosos anteriormente mencionados, mencionam ainda em suas pesquisas que o valor real de uma empresa vai se deslocando dos estoques e dos prédios para o capital intelectual, exigindo a reformulação da contabilidade tradicional que marcou a era industrial.

A globalização, tão comentada e destacada, também é vista por Becker (2003), como sendo um dos principais propulsores dos estudos que envolvem os bens intangíveis e destaca, diante do atual cenário, que a alta tecnologia proporcionou, para

algumas empresas, um crescimento espantoso, como se observa nas empresas chamadas de 'Ponto Com', das empresas multinacionais de consultoria, propaganda, das detentoras de marcas famosas e grifes franqueadas, uma condição bastante confortável em relação ao seu valor mercadológico.

Ao analisar este contexto, pode ser observado que os valores investidos em ativos intangíveis estão muito abaixo do valor real da empresa. Essa situação nos leva a crer que o valor financeiro de mercado de uma empresa deva ser medido por todos os ativos que agreguem valores a ela e aí estão incluídos os intangíveis, que vem, a cada dia que passa, ganhando mais força e passando a merecer o destaque que atualmente detém.

Inserido nos ativos intangíveis, encontra-se a "MARCA", que na ótica de Becker (2003) é reconhecida como ativo principal de uma organização, com valor superior ao atribuído a qualquer outro bem tangível, mna maior parte dos casos. Todavia, os investimentos destinados a sua consolidação não estão sendo, ao longo dos anos, registrados no Balanço Patrimonial, tratamento esse diferenciado dos registros de outras compras como aquisição de imóveis, veículos e computadores. É indiscutível que tal prática gere certa alteração no cálculo do valor do empreendimento, diminuindo sua capacidade de geração de negócios.

Os consumidores tendem a usar os mesmos produtos e marcas que sempre usaram, a não ser que algo extraordinário se atravesse no caminho. Já não basta "criar produtos seguros e ordinários e combiná-los com grande *marketing*". As empresas precisam "criar produtos extraordinários que as pessoas certas vão procurar" (BECKER, 2003, P.01)

Becker (2003), em suas pesquisas, relata que a marca exerce considerável influência na decisão de compra dos produtos. Vários pesquisadores (Selk, Malhortra, D. Aaker, Philip Kotler), buscam em seus estudos, identificar como a marca, por seus atributos e personalidade que encorporam ao produto, provoca essa influência. Quando reunidos ao produto, fatores como: segurança, confiança na opção, sensação de apoio e responsabilidade do fornecedor, confiabilidade, qualidade, etc., o sucesso da marca logo vem a tona, criando uma fidelidade por parte dos consumidores, conseqüentemente, agregando valores para a empresa que a produz.

## 2. O CAPITAL INTELECTUAL

Conceituar o capital intelectual tem sido o alvo de vários estudiosos. Para Brooking (1996, p. 12-13), *apud* Antunes (2000, p.78), “o capital intelectual é uma combinação de ativos intangíveis, resultado de mudanças nas áreas da tecnologia da informação, mídia e comunicação, que trazem benefícios intangíveis para as empresas e capacitam seu funcionamento.”

Wernke et al. (2003, p. 15), conceitua o capital intelectual como sendo o resultado de atenção por parte dos contadores, administradores, economistas e investidores, em função do seu “poder de elevação do valor de mercado das empresas que detêm ativos assim classificáveis. Por outro lado, ainda há muita controvérsia acerca do assunto, ocasionando dúvidas e dificuldades de entendimento por parte dos interessados em avaliá-los, pela sua característica de intangibilidade,”

Na visão de Edvinsson e Malone (1998, p.19), *apud* Karsten (2003, p.03), “é um capital não financeiro que representa a lacuna oculta entre o valor de mercado e o valor contábil. Sendo, portanto, a soma do Capital Humano e do Capital Estrutural.”

Segundo Stewart (1998), *apud* Gracioli (2003, p.91), “o capital intelectual consiste em todas informações, experiências e conhecimentos que possam gerar riqueza às empresas.”

Observa-se ainda que há uma grande atenção voltada para esse ativo imaterial, especialmente na área dos negócios, atribuindo-se grande valor ao saber fazer, que envolve capacidade física e mental, sendo essas obtidas com treinamentos ligados com a prática que são nada mais do que a experiência das pessoas dentro das empresas, onde a concorrência, a cada dia que passa, está cada vez mais acirrada e complexa.

Apesar de se perceber que o capital intelectual não é um tema tão atual, observa-se que a preocupação em mensurá-lo, juntamente com o valor físico existente nas organizações, é recente.

### 2.1 O Trabalhador Intelectual

Sob a ótica de Drucker (1993), *apud* Silva (2002, p.46), “o trabalhador intelectual já tem uma grande importância dentro das empresas.” A partir de 1994, nos trabalhos realizados por Edvinsson, na Suécia e Stewart nos Estados Unidos, a idéia passou a ganhar cada vez mais força. As grandes empresas, adaptadas ao mundo moderno, hoje vêm se dedicando muito mais a sua inteligência competitiva, em outras palavras, elas passaram a considerar o seu ativo intangível mais importante, que é o capital intelectual.

Um aspecto relevante é o destacado por Silva (2002), onde em suas pesquisas, algumas marcas bem conhecidas pelos consumidores, como a Amazon, livraria de maior crescimento no mundo, que sequer tem um metro quadrado de espaço de loja; a Nike, uma das maiores indústrias de tênis do mundo, que não tem fábrica; a Lótus, que foi vendida à IBM por um valor quinze vezes acima do seu valor patrimonial; a Microsoft, que vale em Bolsa, muito mais do que o valor de seus ativos tangíveis, e por fim, a Nokia, que fatura 200 milhões de dólares com apenas cinco empregados. Isso mostra que a importância do bem tangível é cada vez menor em relação ao verdadeiro valor da organização e que, nem em todos os casos, grandes marcas precisam de

muitos funcionários, um grande espaço para trabalhar, um prédio vistoso, pois o mais importante é o seu capital intelectual, este sim, faz a diferença.

Chiavenato (1998), *apud* Medeiros e Oliveira (2000, p.07), aponta que “A massa cinzenta humana será a riqueza do amanhã. A moeda do futuro não vai ser financeira, mas o capital intelectual. E está na cabeça das pessoas o recurso mais importante da organização.”

## **2.2 A Importância do Capital Intelectual para a Empresa**

A importância do Capital Intelectual pode ser melhor observada quando efetuamos a diferenciação do significado e a distinção daquilo que é considerado como tangível e intangível, que, de acordo com Mayo (2003, p.25), é assim descrito: “Capital Humano é o que as pessoas levam quando retornam para casa, e Capital Estrutural é o que elas deixam para trás.”

Outras formas de abordagem, por outros autores, também objetivam apresentar a distinção entre um e outro bem, citando Edvinsson e Malone (1998) que classificam como: Capital Humano, representado pela capacidade, conhecimento, habilidades e experiência dos funcionários e gerentes de uma organização, enquanto que o Capital Estrutural é representado pela capacidade organizacional, qualidade dos sistemas internos, a imagem da empresa, e inclui, também, o capital de clientes, que é o valor do relacionamento com os clientes, ou seja, a relação dos clientes com a organização na qual define a solidez da carteira de clientes.

O acirramento da concorrência, a diminuição das diferenças entre os produtos e a facilidade de acesso às informações, impulsionam as organizações à buscarem valores que possam ser agregados à seus produtos e à suas empresas e, desta forma, buscam no capital intelectual uma grande parcela destes valores.



## CONCLUSÃO

As avaliações e o resultado dos levantamentos efetuados nos remetem a observar a existência de um crescente interesse, por parte dos autores e estudiosos, acerca do capital intelectual. Entretanto, muitas empresas não dão o devido valor aos ativos intangíveis, apesar de serem de vital importância para as organizações, pois representam o bem mais valioso que possuem, o conhecimento.

A contabilidade tradicional reluta em permanecer com a visão focada apenas para os bens tangíveis que as empresas possuem, porém, já existe uma corrente de profissionais que reconhecem a existência, em diversas organizações, de valores intangíveis que têm uma representatividade expressiva no valor dessas empresas e, desta forma, influenciam e direcionam os empresários a investirem nas pessoas que trabalham para a organização, investirem no conhecimento, que se traduz no capital intelectual, capital este que demonstra o verdadeiro potencial existente, até que sejam por todos reconhecidos e desta forma, consideradas nos Balanços Patrimoniais.

A percepção final é de que, com o acirramento da concorrência, a necessidade de evolução e de expressão, através do Balanço Patrimonial das empresas, do real valor de mercado ser compatível com o valor expresso através do Balanço, será, desta forma, o reconhecimento e a devida importância que deve ser atribuída ao capital intelectual, transformando-se, definitivamente, em um diferencial competitivo.

## REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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

BECKER, D. Avaliação de ativos intangíveis. Disponível em: <http://www.cerumar.com.br/art003doc>. Acesso em: 26.set.2004.

EDVINSSON, L.; MALONE, M. S. **Capital Intelectual**: descobrindo o valor real de sua empresa pela identificação de seus valores internos. São Paulo: Makron Books, 1998.

GRACIOLI, C.; CARETTA, P. S. **Capital Intelectual**: métodos de avaliação. Disponível em: [http://www.ufms.br/adm/mestrado/Cap\\_int.pdf](http://www.ufms.br/adm/mestrado/Cap_int.pdf). Acesso em: 02.out.2004.

HERCKERT, W. **Capital Humano**. Monografias. Com. Disponível em: <http://www.monografias.com/trabajos11/caphum.shtml>. Acesso em 28.ago.2004.

KARSTEN, J. L.; BERNHARDT, A. Capital Intelectual: novo ativo das empresas. **Revista do ICGP**. Blumenau, SC, n. 2, p. 1-13, jan./jun.2003. Disponível em: <http://www.icpg.com.br/artigos/rev02-07.pdf>. Acesso em: 02.ago.2003.

MATHEUS, L. F. **Uma análise da identificação e da gestão do capital intelectual nas usinas sucralcooleriras e da prática dos princípios delineadores do conceito de avaliação de empresas na sua gestão econômico financeira**: Um estudo exploratório em dez usinas paulistas. 2003. 138 f. Dissertação (Mestrado em Engenharia de Produção) – Escola de Engenharia de São Carlos, UFSCAR, 2003.

MAYO, A. **O valor humano da empresa**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2003.

MEDEIROS, R. A.; OLIVEIRA, R. M. A. de. **O real valor do capital intelectual**: uma abordagem nas empresas de Natal/RN. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CONTABILIDADE, 16.out.2000, Goiânia. Anais...Goiânia, 2000.

PINTO, J. G. de A. et al. **Goodwill: uma abordagem conceitual**. Disponível em: <http://www.eac.fea.usp.br/congressosusp/seminario2>. Acesso em: 21.jun.2004.

RELATÓRIO ANUAL E DE RESPONSABILIDADE SOCIOAMBIENTAL. **Ativos Intangíveis**. Disponível em: <http://www.bb.com.br/appbb/portal/ri/ra/RAAtuvosInt.jsp?cod=3>. Acesso em: 26.set.2004.

SILVA, V. T. B. de B. e. **Aspectos conceituais sobre a gestão do conhecimento - o capital intelectual e o sistema de inteligência competitiva**. 2002. 78 f. Monografia (MBA em Gestão de Pessoas Baseada em Competências) – Instituto de Ciências Sociais, Associação de Ensino Unificada do Distrito Federal, Brasília, DF, 2002.

STEWART, T. A. **Capital Intelectual**. 11. Ed. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

VASCONCELOS, M. C. R. L.; FERREIRA, M. A. T. A Prática de gestão do conhecimento em empresas mineiras: um estudo exploratório. **Portal Kmol**. Abr. 2004. Disponível em: [http://kmol.online.pt/artigos/2004/vas04\\_p.html](http://kmol.online.pt/artigos/2004/vas04_p.html). Acesso em: 02.out.2004.

WERNKE, R.; LEMBECK, M.; BORNIA, A. C. As considerações e comentários acerca do capital intelectual. **Revista da FAE**, Curitiba, v. 6, n. 1, p. 15-26, jan./abr.2003. Disponível em: [http://www.fae.edu/publicacoes/pdf/revista\\_da\\_fae\\_v6\\_n1/02\\_rodney.pdf](http://www.fae.edu/publicacoes/pdf/revista_da_fae_v6_n1/02_rodney.pdf). Acesso em: 06.ago.2004.