

Artigo recebido em 01/11/2006 e aceito em 27/04/2007.

Trabalho classificado em 3º lugar no Prêmio Geraldo de La Rocque – 2006

A Importância do Capital Intelectual nas Organizações e os Desafios da Contabilidade para Demonstrar a Criação de Valor de Natureza Intangível

Luana Paula de Souza Barros

Rio de Janeiro – RJ

Mestranda e Bacharel em Ciências Contábeis pela UERJ¹

Contadora da Petrobrás

Luana.barros@petrobras.com.br

Resumo

O Capital Intelectual é de fato importante e o seu estudo é necessário em qualquer empresa, pois no mercado atual e competitivo o diferencial entre as empresas está no conhecimento. A informação e o conhecimento são fatores que merecem ser levados em consideração. Stewart (1998) relata que atualmente o conhecimento se tornou um recurso econômico mais importante que a matéria-prima, mais importante, muitas vezes, que o dinheiro. Considerados produtos econômicos, a informação e o conhecimento são mais importantes que automóveis, carros, aço e qualquer outro produto da era industrial. Observa-se, então, como o conhecimento e os ativos do conhecimento operam e se manifestam, e tenta-se entender por que gerenciar o Capital Intelectual deve ser prioridade número um de uma empresa. Este artigo tem por objetivo apresentar considerações sobre alguns dos modelos de mensuração do Capital Intelectual abordados na literatura, buscando evidenciar como a Contabilidade deve proceder em cada metodologia. Para tanto, com o intuito de contextualizar o tema, será apresentado o estado da arte a respeito do Capital Intelectual, sua importância, classificação e a relação deste com a Contabilidade. Apresentam-se, também, os seguintes métodos de mensuração do Capital Intelectual: Navegador do Capital Intelectual (Stewart), Navegador Skandia (Edvinsson e Malone) e Monitor de Ativos Intangíveis (Sveiby).

Palavras-chave: capital intelectual; contabilidade; mensuração; ativos intangíveis.

Abstract

The Intellectual Capital is really important and its study is necessary in all of the companies. In the current and competitive market, the differential between the companies is in the knowledge. The information and the knowledge are factors that must be taken into consideration. Stewart (1998) tells that currently, the knowledge became a more important economic resource that the raw material, more important, many times, that the money. The

¹ UERJ – Universidade do Estado do Rio de Janeiro – CEP 20559-900 – Rio de Janeiro – RJ.

information and the knowledge are more important than automobiles, cars, steel and any other product of the industrial age. Then, it is observed how the knowledge and the assets of knowledge operate, and it is tried to understand why the Intellectual Capital management must be priority number one of the companies. The main objective of this paper is to present considerations about some of models of Intellectual Capital measurement related in literature, searching to evidence how the Accounting must proceed in each methodology. This way, the State of the Art regarding Intellectual Capital, its importance, classification and its relation with Accounting will be presented. Also, this article includes the following methods of Intellectual Capital measurement: Navigator of the Intellectual Capital (Stewart), Skandia Navigator (Edvinsson and Malone) and Monitor of Intangible Assets (Sveiby).

Key words: Intellectual Capital; Accounting; Measurement; Intangible Assets.

1. Introdução

No atual ambiente empresarial, o conhecimento é recurso fundamental, por constituir-se na principal fonte de competitividade das empresas, uma vez que os recursos materiais, estruturais e tecnológicos são mais facilmente adquiridos por todas as organizações.

Este artigo tem por objetivo efetuar considerações sobre alguns dos modelos de mensuração do Capital Intelectual abordados na literatura, buscando evidenciar o que a Contabilidade pode mensurar por meio da utilização de cada metodologia. O Capital Intelectual é de fato importante e é necessário o seu estudo em qualquer que seja a empresa, pois no mercado atual e competitivo o diferencial entre as empresas está no conhecimento.

Sabendo o quanto é valioso o Capital Intelectual, e que a Contabilidade não consegue, ainda, apresentar estas informações em seus demonstrativos, os gestores de algumas empresas estão tentando medir e gerenciar o seu Capital Intelectual verificando de que forma ele está contribuindo ou não para o desempenho de suas empresas.

Desde os primórdios, o Capital Intelectual manifesta-se em todas as ações da vida, nas decisões e até mesmo na sobrevivência da espécie humana, e é a partir de bem pouco tempo que as organizações e seus administradores vêm percebendo a sua influência e suas implicações nos resultados empresariais. Os ativos intangíveis, como as qualificações dos funcionários, a tecnologia da informação e os incentivos à inovação, podem desempenhar papel preponderante na criação de valor para a empresa. No entanto, os sistemas tradicionais de mensuração não foram concebidos para lidar com a complexidade desses ativos, cujo valor é potencial, indireto e dependente do contexto.

Os ativos baseados no conhecimento devem ser avaliados com extrema cautela, porque seu impacto sobre o destino de qualquer negócio é enorme. Para Sveiby (1998), muito mais do que contribuir para a valorização total da empresa, o conhecimento é a base de sua estrutura interna e externa. Para poder competir e enfrentar os desafios de um mercado cada vez mais exigente, as empresas têm de investir em recursos humanos.

Diante disso, serão apresentados: alguns conceitos referentes ao Capital Intelectual; sua importância e classificação; a relação da Contabilidade com o Capital Intelectual; e alguns métodos de mensuração do Capital Intelectual.

2. Conceitos de Capital Intelectual

Para o FASB (*Financial Accounting Standards Board*), o Capital Intelectual pode ser definido de duas maneiras:

1. “Ativos intangíveis combinados que permitem a companhia funcionar e manter uma vantagem competitiva”;
2. “A diferença entre o valor real de mercado da companhia e o valor real de mercado dos ativos tangíveis menos passivos da companhia”.

Segundo Brooking (1996), o Capital Intelectual pode ser dividido em quatro categorias:

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

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

Ativos de Propriedade Intelectual: incluem os ativos que necessitam de proteção legal para proporcionar às organizações benefícios, tais como: *know-how*, segredos industriais, *copyright*, patentes, *designs* etc.

Ativos de Infra-estrutura: compreendem as tecnologias, as metodologias e os processos empregados, como cultura, sistema de informação, métodos gerenciais, aceitação de risco, banco de dados de clientes etc.

Fica, assim, clara a importância do Capital Intelectual para o desenvolvimento das empresas, além de representar diferencial competitivo em relação aos concorrentes. A era atual, como diz Sá (2002), exige a capitalização de intelectos na busca da eficácia comum dos mais importantes valores das células sociais e de aumento do valor efetivo da própria riqueza.

O Capital Intelectual é dividido em três componentes:

- Capital Humano
- Capital de Clientes; e
- Capital Estrutural.

O FASB, assim, sugere, na sua proposta de padronização, a definição dos três componentes do Capital Intelectual:

Capital Humano: Constitui o conhecimento acumulado, as habilidades e experiências dos empregados. É uma organização combinada da capacidade humana de criar, inovar e resolver problemas do negócio. Quando a companhia se encontra sem rumo, são estes — os ativos humanos — que respondem pela geração de novas estratégias,

produtos, serviços e tecnologia que promovem a recuperação da companhia. É composto pelo conhecimento, *expertise*, poder de inovação e habilidade dos empregados, além dos valores, cultura e a filosofia da empresa.

Capital de Clientes: Abrange a solidez das relações com os clientes da companhia e a lealdade destes clientes para com a companhia. Ele é o valor adicionado para a organização como um resultado de intangíveis relações de mercado. Estes incluem os efeitos nos nomes das marcas e das marcas registradas sobre as transações e a sensibilidade a preços dos clientes.

Capital Estrutural: É formado por tudo aquilo dentro da organização que dá suporte aos empregados na realização de seus trabalhos. Dito de outra forma, é a infra-estrutura que apoia o Capital Humano. Ele é constituído de ativos de propriedade intelectual e ativos de infra-estrutura.

O Prof. Luiz Antonio Jóia (2001) comenta:

O **Capital Humano** não pertence à empresa, pois é consequência direta da soma das habilidades e especialidades de seus empregados. O **Capital Estrutural** pertence à empresa e pode ser negociado (pelo menos em teoria), sendo o ambiente real construído pela companhia para administrar e gerar seu conhecimento de forma adequada. É composto por todos os processos internos e externos que existem dentro da empresa e entre ela e seus outros parceiros (capital de processos); pelo **Capital de Relacionamento**, ligado aos fornecedores, clientes, prestadores de serviços e outros parceiros principais envolvidos; e pelo capital de inovação, uma consequência direta da cultura da empresa e de sua capacidade de criar conhecimento novo com base no conhecimento existente.

Sveiby (1997) afirma que os ativos/recursos intangíveis de uma empresa seriam compostos pelo **conjunto de competências** (capital humano) dos seus indivíduos membros, pela sua **estrutura interna** (capital estrutural), utilizada como fio condutor de conhecimento dentro dela, e finalmente pela sua **estrutura externa** (capital de relacionamento), servindo como fio condutor de conhecimento entre ela e seus clientes e fornecedores.

Na opinião de Antunes (2000), segundo a visão dos economistas, o ser humano é considerado capital por possuir capacidade de gerar bens e serviços, por meio do emprego de sua força de trabalho e do conhecimento, constituindo importante fonte de acumulação e crescimento econômico.

A definição adotada por EDVINSSON & MALONE (1998) se expressa da seguinte forma: “O Capital Intelectual é a posse de conhecimento, experiência aplicada, tecnologia organizacional, relacionamentos com clientes e habilidades profissionais que proporcionem à empresa uma vantagem competitiva no mercado.”

Com essa definição, pode-se chegar ao valor de mercado da empresa, representado na seguinte figura:

Figura 1 – Esquema de Valor Adicionado de Mercado

Na Figura 1, os valores acumulam-se até representar o valor global da empresa, onde:



Fonte: EDVINSSON, Leif; MALONE, Michael S., 1998, p. 47, adaptado

Capital de Inovação: representa a capacidade de renovação e os resultados da inovação sob a forma de direitos comerciais amparados por lei, propriedade intelectual e outros ativos e talentos intangíveis utilizados para criar e colocar rapidamente no mercado novos produtos e serviços.

Capital de processos: é constituído por aqueles processos, técnicas (como o ISO 9000) e programas direcionados aos empregados, que aumentam e ampliam a eficiência da produção de serviços.

Capital organizacional: abrange o investimento da empresa em sistemas, instrumentos e filosofia operacional que agilizam o fluxo de conhecimento pela organização, bem como em direção a áreas externas, como aquelas voltadas para os canais de suprimentos e distribuição.

Capital de clientes: representa o valor do relacionamento com os clientes.

Capital estrutural: representa o arcabouço, o *empowerment* e a infra-estrutura que apóiam o capital humano, a capacidade organizacional, incluindo os sistemas físicos utilizados para transmitir e armazenar conhecimento intelectual, fatores como a qualidade e o alcance dos sistemas informatizados, a imagem da empresa, os bancos de dados exatos, os conceitos organizacionais e a documentação.

Capital humano: representa toda a capacidade, conhecimento, habilidades e experiência individuais dos empregados e gerentes, a criatividade e a inovação organizacionais.

Capital Intelectual: representa não apenas a soma, mas também a sinergia de todos os fatores o compõe.

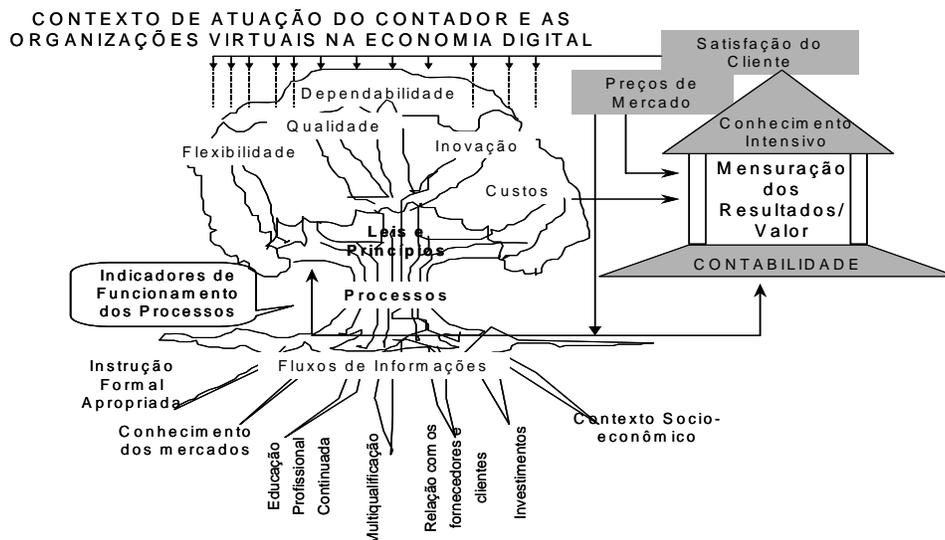
Capital financeiro: representa o portfólio financeiro da empresa.

Para Edvinsson e Malone (1998), o Capital Intelectual “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”. Os autores exemplificam o Capital Intelectual através do desenho de uma árvore, e explicam em sentido figurado que as partes visíveis da árvore, tronco, galhos e folhas, representam a empresa conforme é conhecida pelo mercado e expressa pelo processo contábil, ou seja, representam os ativos e recursos tangíveis. O fruto produzido por essa árvore representa os lucros e os produtos da empresa. As raízes, massa que está abaixo da superfície, representam os ativos e recursos intangíveis. Para que a árvore floresça e produza bons frutos, ela precisa ser alimentada por raízes fortes e saudáveis. Embora uma análise de frutos e folhas possa dar uma boa idéia da saúde presente da árvore, somente uma investigação de suas raízes é que nos daria uma idéia da sua saúde futura.

Então, para que uma empresa desenvolva bons produtos e serviços, deverá ser composta de um qualificado capital humano originado pelo conhecimento adquirido e experiência das pessoas, alcançando seus objetivos e aumentando a sua riqueza.

STEWART (1998, p. 77), citando EDVINSSON, diz que este representa o Capital Intelectual como uma árvore na qual os seres humanos são a seiva que a fazem crescer. A seiva que flui da casca de uma árvore produz inovação e crescimento, mas esse crescimento se torna madeira maciça, parte da estrutura da árvore. O que os líderes precisam fazer é conter e reter o conhecimento, para que ele se torne propriedade da empresa. Isso é que é o capital estrutural.

Figura 2 – A Atuação do Contador

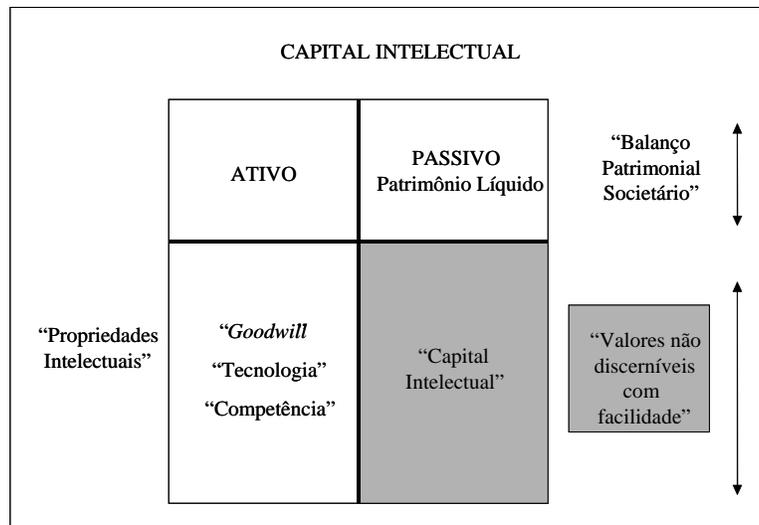


Fonte: STEWART, 1998, p. 77.

Dito de outra forma, é o conhecimento que não vai para casa ao final do expediente, como ilustrado na Figura 2.

Segundo EDVINSSON (1997), o Capital Intelectual constitui informação complementar e não subordinada às informações financeiras; é um capital não-financeiro, e representa a lacuna oculta entre o valor de mercado e o valor contábil; é um passivo e não um ativo, podendo ser representado como ilustrado na Figura 3.

Figura 3 – Capital Intelectual



Fonte: EDVINSSON e MALONE, Michael S., 1998, p. 39, adaptado.

Monteiro (2004) afirma que: “A inteligência humana e os aspectos intelectuais finalmente estão sendo reconhecidos e valorizados, não só pela área de recursos humanos, mas também ‘contabilizados’ no patrimônio total das organizações”.

O Capital Intelectual é um recurso obtido exclusivamente dos seres humanos que desenvolvem seu potencial, gerando conhecimento e inovando os objetivos das organizações, transformados em benefícios para as organizações e seus acionistas e proprietários.

3. A Contabilidade e o Capital Intelectual

A economia vem passando por um processo de transformação em que o conhecimento vem ganhando destaque e espaço, e com isso o Capital Intelectual é realçado com um novo conceito de administração de empresas.

A Contabilidade passa a sofrer mudanças, e a necessidade de mudar seus conceitos gera dúvidas em como mensurar este novo ativo que toma espaço no mercado a cada dia. Admitir o conhecimento como recurso econômico impõe transformações na Contabilidade no sentido de as Demonstrações Contábeis não retratarem o valor real de uma empresa, já que para a Contabilidade Tradicional o que não se pode medir não se pode controlar, compreender ou alterar.

No decorrer das últimas décadas, o crescimento da tecnologia e a busca por investir no potencial humano dos funcionários vêm gerando benefícios intangíveis que a Contabilidade tradicional não mensurava. Essa combinação de ativos intangíveis que agregam valores para as empresas, nós hoje a conhecemos por Capital Intelectual.

Raupp (2001) menciona que “é fácil ver por que o Capital Intelectual não se enquadra nos modelos contábeis tradicionais”. O Capital Intelectual, em especial, valoriza atividades como a lealdade dos clientes, ou o desenvolvimento da competência dos

empregados, que podem não influir na lucratividade de uma empresa durante anos. Ele não atribui valor ao sucesso a curto prazo que não projete a empresa para o futuro.

Para a Contabilidade mensurar um valor que está “escondido” na empresa não é fácil, pois não pode ser identificado de imediato. Mas o grande desafio é encontrar a metodologia adequada para mensurar e contabilizar o Capital Intelectual de natureza intangível, que tem gerado uma grande repercussão no patrimônio das empresas.

O conhecimento passa a ser muito importante, e o Capital Intelectual surge como um forte aliado nas organizações independentemente do seu porte: pequeno, médio ou grande. Gerando fonte de recursos imprescindíveis para o bom desenvolvimento de uma empresa, a criatividade e a tecnologia aliadas ao conhecimento fazem com que o ativo da empresa possa crescer surpreendentemente através do Capital Intelectual.

Mas eis o grande desafio para a Contabilidade atualmente: demonstrar a natureza dinâmica e intangível da criação de valor da empresa moderna. Os profissionais da área contábil, conscientes destas limitações, têm recebido influências de novos conceitos, metodologias e modelos que visam acrescentar ao papel informativo da Contabilidade, adequando-a às necessidades informativas de usuários cada vez mais exigentes.

4. Mensuração do Capital Intelectual

O maior desafio da Ciência Contábil é saber como avaliar e mensurar o Capital Intelectual de uma entidade, pois, de acordo com Paulo (2000), o ativo intangível tem relevância sobre o valor da empresa e influencia o poder de geração de benefícios futuros do ativo tangível.

Entre os diversos instrumentos que buscam medir o Capital Intelectual da empresa, destacam-se:

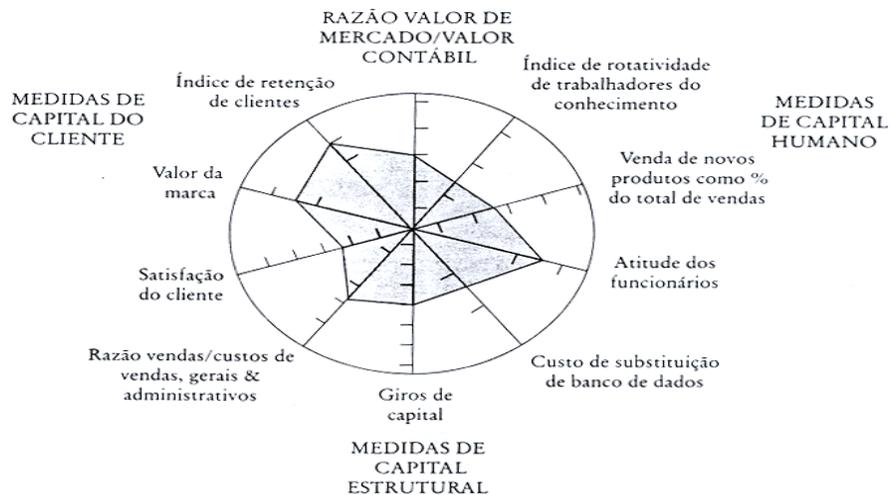
- o Modelo de Stewart;
- o Modelo de Edvinsson & Malone;
- o Modelo de Sveiby;

4.1. Modelo de Stewart – Navegador do Capital Intelectual

Stewart (1998, p. 217), idealizador deste modelo, compreende que uma medida única não é suficiente para avaliar o Capital Intelectual de uma organização. Assim, ele sugere que se mensure o Capital Intelectual por meio de indicadores relacionados ao capital humano, estrutural e do cliente, além de um valor que dê a idéia do todo. Para tanto, propõe a utilização de um gráfico radar, uma vez que este permite a criação de um quadro coerente de vários tipos heterogêneos de dados.

Stewart (1998, p. 218) explica ainda que o gráfico radar começa com um círculo que irradia linhas de acordo com a quantidade de indicadores que se deseja avaliar. Cada uma destas linhas deve ser marcada com uma escala, que pode variar entre razões, percentuais ou valores absolutos. Normalmente, coloca-se zero no centro do gráfico, e na sua extremidade a meta que a empresa deseja alcançar. Para melhor compreensão deste modelo, apresenta-se na Figura 4 um exemplo de navegador do Capital Intelectual para uma empresa imaginária.

Figura 4 – Navegador do Capital Intelectual



Fonte: Stewart, 1998, p. 219.

Pode-se constatar que a empresa imaginária está bem próxima de suas metas no que se refere aos indicadores de retenção dos clientes e atitude dos funcionários. Por outro lado, é preciso investigar cuidadosamente a satisfação de seus clientes e o motivo da rotatividade de seus trabalhadores do conhecimento, tendo em vista que estes indicadores estão bem distantes de suas metas. Além disso, ressalta-se que, apesar de a empresa manter um alto índice de retenção de clientes, estes se apresentam insatisfeitos. Esta é outra situação que requer minuciosa atenção.

Observa-se, também, que a utilização de apenas três indicadores, para cada uma das medidas apresentadas, não ocorre por acaso. Stewart (1998, p. 218) explica que, para obter informações importantes, deve-se manter a simplicidade, avaliar o que é estrategicamente importante e avaliar atividades que produzem riqueza intelectual. Logo, a flexibilidade inerente ao modelo constitui uma das suas vantagens.

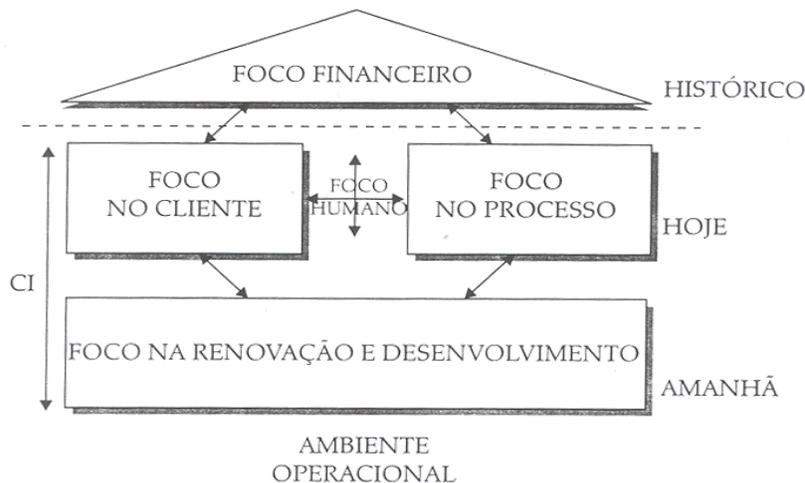
Esta flexibilidade permite inferir que as organizações devem escolher os indicadores de acordo com seus objetivos e estratégias, mantendo a simplicidade necessária ao modelo. Caso estes indicadores sejam econômico-financeiros, tem-se a Contabilidade como principal fornecedora de informações. Ainda, se não forem indicadores econômico-financeiros, mas estiverem relacionados ao capital humano, há grande probabilidade de, novamente, a Contabilidade contribuir com as informações dispostas no Balanço Social.

4.2. Grupo Skandia – Modelo de Edvinsson & Malone

Antunes (2000, p. 91) menciona que nos últimos anos, a Skandia — grande empresa sueca do mercado de seguros e serviços financeiros — vem despertando o interesse acadêmico, empresarial e da mídia por ter sido o primeiro grupo a divulgar um relatório contendo dados sobre o Capital Intelectual de suas unidades, como um suplemento das Demonstrações Contábeis de 1994. Nesta época, Leif Edvinsson era diretor corporativo de Capital Intelectual da organização.

O modelo, denominado Navegador Skandia, contém certos valores de sucesso, identificados pela equipe da empresa, que deveriam ser maximizados e incorporados à estratégia organizacional. Antunes (2000, p. 97) explica que estes fatores foram agrupados em cinco áreas distintas de foco: financeiro, de clientes, de processo, de renovação e desenvolvimento e humano, que são representadas no Navegador Skandia na forma evidenciada na Figura 5.

Figura 5 - Navegador Skandia



Fonte: Edvinsson e Malone, 1998, p. 60.

Edvinsson e Malone (1998, p. 60) explicam que cada foco apresentado no modelo representa as áreas nas quais uma empresa focaliza sua atenção e de onde provém o valor de seu Capital Intelectual.

Esclarecem, também, que o formato do navegador (uma casa) é uma metáfora, eleita pela Skandia, para a própria organização. O triângulo é o sótão, constituído pelo foco financeiro, que representa o passado da empresa por meio das Demonstrações Contábeis. O foco no cliente e no processo consiste no presente. A base do retângulo é voltada para o futuro, representada pelo foco na renovação e desenvolvimento. Por fim, o foco humano encontra-se no centro da casa, pois constitui o coração, a inteligência e a alma da organização, ou seja, a única força ativa da organização.

De qualquer forma, esta é uma metodologia que se destaca entre as demais, tendo em vista a abrangência dos indicadores utilizados, organizados sob o foco financeiro, humano, do cliente, do processo, e da renovação e desenvolvimento. Sendo que, destes, a Contabilidade contribui fortemente com o foco financeiro, fornecendo os índices financeiros, por meio, principalmente, dos dados constantes nas Demonstrações Contábeis. Vários dos índices relativos ao foco humano, também, podem ser obtidos no Balanço Social, a exemplo dos outros modelos apresentados. Por fim, alguns dos índices relacionados aos demais focos estão igualmente disponíveis no sistema contábil.

4.3. Modelo de Sveiby

Este modelo foi desenvolvido por Sveiby, na *Swedish Community of Practice*, que através de relatório anual apresentou a evolução dos itens do Capital Intelectual.

Sveiby (1998) dividiu os ativos em tangíveis e intangíveis, classificando-os em três grupos: competências das pessoas, estrutura interna e estrutura externa. Para avaliação, ele utiliza o Monitor de Ativos Intangíveis, que é um formato de apresentação que exibe de forma simples uma série de indicadores relevantes, e, dependendo da estratégia da empresa, estes são escolhidos. Este monitor (Figura 6) pode ser integrado ao sistema de gerenciamento de informações, não devendo ultrapassar uma página, mas ser acompanhado por diversos comentários.

Figura 6 – Monitor de Ativos Intangíveis

Ativos Intangíveis

Estrutura Externa	Estrutura Interna	Competência das Pessoas
Crescimento/Renovação Crescimento orgânico do volume de vendas. Aumento da participação de mercado. Índice de clientes satisfeitos ou índice da qualidade.	Crescimento/Renovação Investimentos em tecnologia da informação. Parcela de tempo dedicado às atividades internas de P&D. Índice da atitude do pessoal em relação aos gerentes, à cultura e aos clientes.	Crescimento/Renovação Parcela de vendas geradas por clientes que aumentam a competência. Aumento da experiência média profissional (número de anos). Rotatividade de competência.
Eficiência Lucro por cliente. Vendas por profissional.	Eficiência Proporção de pessoal de suporte. Vendas por funcionários de suporte.	Eficiência Mudança no valor agregado por profissional. Mudança na proporção de profissionais.
Estabilidade Frequência da repetição de pedidos. Estrutura etária.	Estabilidade Idade da organização. Taxa de novatos.	Estabilidade Taxa de rotatividade dos profissionais

Fonte: Sveiby, 1998, p. 238.

5. Conclusão

O mundo está em constante transformação e sempre irão ocorrer mudanças. A globalização nos mostrou e vem mostrando que temos de correr atrás das evoluções e buscar sempre estar atualizados sobre os acontecimentos que passam à nossa volta.

Com a Contabilidade Tradicional não foi nem será diferente. A Contabilidade atravessa mudanças assim como o mundo e, com isso, tem necessidade de se adaptar aos novos acontecimentos.

O conhecimento torna-se alvo de importantes descobertas na Contabilidade. O conhecimento agregado à tecnologia, à oportunidade de bons negócios e ao incentivo transforma-se em recurso para as empresas, onde são investidos em estrutura para o desenvolvimento de idéias e de criações. O intelecto torna-se alvo de fonte de renda para as organizações, sendo uma ferramenta que apenas o seres humanos possuem.

Com a valorização do conhecimento ficou claro que podem ser copiados os equipamentos, as máquinas dos concorrentes, os produtos, mas não o seu Capital Intelectual e as suas informações. O que ocorre é que os métodos para a demonstração do real valor das empresas ainda não são satisfatórios, visto que são mensurados os ativos tangíveis e se consideram apenas alguns dos intangíveis, provocando uma diferença entre o valor contábil e o valor de mercado da organização.

Constata-se que em todos os modelos considerados (Stewart, Edvinsson e Malone e Sveiby) a Contabilidade mensura diversos aspectos necessários à plena utilização de cada metodologia, como, por exemplo, os indicadores econômico-financeiros e aqueles relacionados ao capital humano, entre vários outros.

Por último, fica evidente que a mensuração do Capital Intelectual pela Contabilidade pode ocorrer com o emprego de alguns dos modelos de mensuração existentes. E, uma vez mensurado, a evidenciação do Capital Intelectual pode ser realizada em relatórios suplementares.

Para que ocorra um gerenciamento eficaz, é necessário que a Contabilidade identifique e controle os ativos intelectuais. A definição Capital Intelectual pode ser recente, mas sempre esteve presente, sempre houve uma diferença entre o valor de mercado e o valor contábil, tendo sido julgado até recentemente como um fator subjetivo.

A busca, o estudo e as definições para tornar o Capital Intelectual uma ferramenta gerencial continuam cada vez mais eficientes.

6. Bibliografia

ANTUNES, Maria Thereza Pompa. *Capital Intelectual*. São Paulo: Atlas, 2000.

BROOKING, Annie. *Intellectual capital: core asset for the third millenium enterprise*. Boston: Thomson Publishing, 1996.

EDVINSSON, Leif, e Malone, Michel S. *Capital Intelectual*. Trad. Roberto Galma; revisão técnica Petros Katalifós. São Paulo: Makron Books, 1998.

EDVINSSON, L. “O Capital Intelectual como instrumento de gestão. Administração e finanças”. *Case Studies – Skandia. Insight*, jul/ago. 1997.

JÓIA, L. A. “Medindo o Capital Intelectual”. *Revista de Administração de Empresas*. São Paulo – SP, vol. 41, nº 2, abr/jun. 2001.

MONTEIRO, Lúcia G. “O Capital Intelectual chegou pra ficar”. Disponível em: www.google.com.br Acessado em: 19.09.2004.

PAULO, E. “Capital Intelectual: formas alternativas de mensuração”. In CONGRESSO BRASILEIRO DE CONTABILIDADE, 16., 2000, Goiânia. *Anais do XVI Congresso Brasileiro de Contabilidade*. Goiana: GO, 2000.

RAUPP, Elena Hahn. “A Contabilidade e o valor real das empresas mediante identificação dos valores internos”. *Revista Brasileira de Contabilidade*, ano XXX. nº 128, março/abril 2001.

SÁ, A. L. de. “Os valores intangíveis da riqueza patrimonial e a Contabilidade do intelectual”. <http://www.lopesdesa.com.br>. Acesso em 1º jun. 2002.

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

SVEIBY, K. E. *A nova riqueza das organizações: gerenciando e avaliando patrimônio de conhecimento*. 5ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

SVEIBY, K. E. *The New Organizational Wealth*. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers, 1997.