

Capital Intelectual: Verdades e Mitos¹

Maria Thereza Pompa Antunes

Professora da Universidade Presbiteriana Mackenzie

Eliseu Martins

Prof. Titular do Departamento de Contabilidade e Atuária – FEA-USP

RESUMO

Muito se tem comentado que os relatórios fornecidos pela Contabilidade Financeira não retratam certas realidades das empresas atualmente, tendo em vista o fato de o valor contábil das ações estar muitas vezes abaixo do seu valor de mercado. Esse contraste entre os dois valores vem sendo identificado como Capital Intelectual e apresentado como um novo conceito de administração de empresas que conduz à necessidade de aplicação de novas estratégias, de nova filosofia de gestão e novas formas de avaliação do valor da empresa.

Este trabalho evidencia a verdadeira relação existente entre a Contabilidade e o Capital Intelectual.

Desmistifica-se a novidade do conceito, pois comprova-se que o capital Intelectual é parte integrante do *Goodwill*, conceito secularmente conhecido e estudado pela Contabilidade. Os elementos intangíveis sempre foram abordados pela Contabilidade e, da mesma forma, como nunca se desprezou a sua importância, nunca se subestimou a sua complexidade.

Portanto, a Contabilidade não é falha na divulgação das informações por ela registradas. Deve-se entender a finalidade de cada uma das Demonstrações Contábeis, bem como os Princípios subjacentes a elas. A falta de conhecimento, por vezes, conduz a conclusões precipitadas e errôneas.

Por outro lado, qualquer que seja o rótulo atribuído aos elementos intangíveis, que sempre fizeram parte das organizações, entende-se e aceita-se que hoje, cada vez mais, o conhecimento e o gerenciamento desses elementos são relevantes para a gestão das empresas, pois o momento atual é caracterizado pela ampla aplicação do recurso do conhecimento pelo homem, que se materializa em novas tecnologias, sistemas e serviços (entendidos como ativos intangíveis) que agregam valor às organizações.

Palavras-chave: Capital Intelectual, *Goodwill*, Ativos Intangíveis, Sociedade do Conhecimento.

ABSTRACT

It has been said many times that the statements provided by Financial Accounting do not give a picture of certain realities of companies nowadays, considering the fact that, often, the accounting value of shares is below their market value. This contrast between the two values is being identified as Intellectual Capital and presented as a new concept of business administration that leads to the necessity of applying new strategies, a new management philosophy and new ways of company valuation.

This article demonstrates the relation that actually exists between Accountancy and Intellectual Capital.

The novelty of the concept is demystified since it is proven that Intellectual Capital constitutes a component part of Goodwill, a concept that has been known and studied by Accountancy for ages. The intangible elements have always been dealt with by Accountancy and, in the same way as their importance has never been disregarded, their complexity has never been underestimated.

Therefore, Accountancy is not defective in its publication of the information it registers. The purpose of each of the Financial Statements must be understood, as well as the Principles on which they are built. Sometimes, the lack of knowledge leads to precipitated and erroneous conclusions.

On the other hand, whichever the label attributed to the intangible elements, which have always been a part of organizations, it is understood and accepted that, nowadays, the knowledge about and administration of these elements are more and more relevant for company management, since the current time is characterized by the widespread application of the knowledge resource by man, which is materialized into new technologies, systems and services (understood as intangible assets) that add value to the organizations.

Key words: Intellectual Capital, Goodwill, Intangible Assets, Knowledge Society.

¹ Este trabalho foi apresentado no XVI Congresso Brasileiro de Contabilidade – Goiânia/GO, em outubro de 2000.

Recebido em agosto/2001

INTRODUÇÃO

Verifica-se que nas últimas décadas vieram gradativamente ocorrendo mudanças na sociedade que ora culminam num processo de globalização mundial, com rápido avanço das tecnologias de produção, informática e de telecomunicação, assim como em outras transformações que sugerem novas formas de percepção e interpretação da sociedade como um todo.

Esse período de gradativas mudanças na economia mundial vem sendo apontado por muitos estudiosos do assunto como o período de transição de uma Sociedade Industrial para uma Sociedade do Conhecimento, pois aos demais recursos existentes, e até então valorizados e utilizados na produção - terra, capital e trabalho -, junta-se o conhecimento, o que altera, principalmente, a estrutura econômica das nações e, sobretudo, a forma de valorizar o ser humano.

A aplicação do conhecimento vem impactando, sobremaneira, o valor das organizações, pois a materialização da utilização desse recurso, mais as tecnologias disponíveis e empregadas para atuar num ambiente globalizado, produz benefícios intangíveis que agregam valor às mesmas.

Esse conjunto de benefícios intangíveis denominou-se Capital Intelectual. O aparecimento desse conceito conduz à necessidade de aplicação de novas estratégias, de uma nova filosofia de administração e de novas formas de avaliação do valor da empresa que contemplem o recurso do conhecimento.

Com relação à Contabilidade empresarial tradicional, considera-se que um de seus principais objetivos iniciais tenha sido o de apurar o resultado econômico e financeiro de uma entidade, e ele continua forte até hoje. Entretanto, muito se tem comentado nos últimos tempos que os relatórios fornecidos pela Contabilidade Financeira² não retratam certas realidades das empresas, visto o valor contábil das ações estar, muitas vezes, muito abaixo do seu valor de mercado, sugerindo, por vezes, uma falha da Contabilidade em lidar com os novos valores da sociedade.

A fim de preencher tal lacuna, supostamente deixada pela Contabilidade, o Grupo Skandia³ desenvolveu um modelo para mensurar o Capital Intelectual, justificado como a razão da diferença entre o valor de mercado e o valor patrimonial das ações da empresa. Para o Grupo Skandia, o Capital Intelectual veio como um novo conceito capaz de justificar essa diferença e o modelo, desenvolvido para mensurá-lo, como uma ferramenta gerencial eficaz para as empresas que participam do novo cenário mundial, na crença de que investimentos nos elementos que produzem esse Capital geram resultados positivos a médio e longo prazos.

Partindo-se do princípio de que a aplicação do conhecimento nas organizações gera benefícios intangíveis que impactam o valor das mesmas, a questão que se formula é: o que a Contabilidade vem fazendo no sentido de mensurar esse valor para cumprir com eficácia a sua função de fornecer informações relevantes aos seus usuários?

Entende-se que a Contabilidade deva estar participando ativamente desse novo cenário e cumprindo seu papel de acordo com os objetivos pelos quais existe, dentro da visão de Hendriksen & Breda (1992, p. 52) de que *"o desenvolvimento da Contabilidade foi estimulado pelas mudanças tecnológicas que foram, pelo menos, tão dramáticas quanto as dos nossos dias e nossa época."*

Entretanto, ao mesmo tempo em que se julga que a Contabilidade não pode manter-se alheia aos acontecimentos externos ao ambiente empresarial, defende-se que ela não pode entregar-se simplesmente a novos temas que suscitem polêmicas, prevêem revoluções e modelos que prometem ser a panacéia para as questões concernentes à sua área de estudo. Espera-se, antes, que, por meio da averiguação e de análises criteriosas, e utilizando-se o método científico de pesquisa, levante questões, responda a elas e, dessa forma, continue se fazendo ciência.

Assim sendo, o principal objetivo deste artigo é o de evidenciar a verdadeira relação existente entre a Contabilidade e o Capital Intelectual no tocante à

²Relatórios divulgados para usuários externos e, no Brasil, segundo a Legislação das Sociedades por Ações.

³A Skandia é o quarto maior grupo financeiro do mundo atuando na área de prestação de serviços financeiros e de seguros e o maior grupo da Escandinávia.

mensuração dos valores (ativos) intangíveis, por meio do conceito do *Goodwill*. Primeiramente, entretanto, julga-se necessário comentar alguns aspectos das mudanças que culminaram com a introdução do conceito de Capital Intelectual, bem como contextualizar a Contabilidade na Sociedade do Conhecimento, relativamente à sua função e aos seus objetivos.

A Sociedade Baseada no Conhecimento

Em 1968, portanto há 34 anos, Peter Drucker escreveu “Uma Era da Descontinuidade” (1970, p.7-9), quando já percebia tendências que levariam ao que intitulou: A Sociedade do Conhecimento. Naquela ocasião, Drucker apontou descontinuidades em quatro áreas, que vale destacar:

- “1. *Estão surgindo tecnologias genuinamente novas. É quase certo que elas criarão novas indústrias importantes e novos tipos de grandes empresas e que tornarão, ao mesmo tempo, obsoletas as grandes indústrias e empreendimentos atualmente existentes. [...] As próximas décadas da tecnologia lembrarão, mais provavelmente, as últimas décadas do século passado, quando nascia uma grande indústria baseada em nova tecnologia poucos anos após o aparecimento de outra, e não farão lembrar a continuidade tecnológica e industrial dos últimos cinquenta anos.*
2. *Estamos diante de grandes mudanças na economia mundial. [...] O mundo tornou-se, em outras palavras, um mercado, um centro de compras global.*
3. *A matriz política da vida social e econômica está mudando celeremente. A sociedade e a nação de hoje são pluralistas.*
4. *Mas a mais importante das mudanças é a última. O conhecimento, nestas últimas décadas, tornou-se o capital principal, o centro de custo e o recurso crucial da economia. Isso muda as forças produtivas e o trabalho; o ensino e o aprendizado; e o significado do conhecimento e suas políticas. Mas também cria o problema das responsabilidades dos novos detentores do poder, os homens do conhecimento.”*

As tendências percebidas por Drucker, em 1968, hoje são uma realidade. Isto pode ser verificado por proeminentes autores especialistas no assunto, como Alvin Toffler, Ikujiro Nonaka, Hirotaka Takeuchi,

Richard Crawford, Lester Thurow, James Brian Quinn, Robert Reich, entre outros. Cada um a seu modo reconhece, denomina e justifica a sociedade atual, assumindo o seu grande referencial: o conhecimento.

Nonaka & Takeuchi (1997, p. 5) justificam a importância do conhecimento para a sociedade atual, citando Drucker: “*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. [...] o fato de o conhecimento ter-se tornado o recurso, muito mais do que apenas um recurso, é o que torna singular a nova sociedade.*” Em outra obra, Drucker (1993, p.23) reconhece o recurso do conhecimento como essencial e os demais como restrições, pois sem terra, mão-de-obra e capital, nem mesmo o conhecimento pode produzir.

Na mesma linha de raciocínio, assim se expressa Toffler (apud Nonaka & Takeuchi, 1997, p.5): “*O conhecimento passou de auxiliar do poder monetário e da força física à sua própria essência e é por isso que a batalha pelo controle do conhecimento e pelos meios de comunicação está se acirrando no mundo inteiro. [...] o conhecimento é o substituto definitivo de outros recursos.*”

Referindo-se especificamente às mudanças que o novo recurso está impondo às organizações, Quinn (1992, p. 241) comenta:

“*Com raras exceções, o poder econômico e produtivo de uma moderna corporação está mais na capacidade de serviços intelectual do que nos ativos tangíveis - terra, planta, equipamentos. Está no valor do desenvolvimento do conhecimento baseado nos intangíveis, como know-how de tecnologia, desenhos de produtos, marketing, compreensão das necessidades dos clientes, criatividade pessoal e inovação. [...] provavelmente três quartos do valor agregado a um produto derivam do conhecimento previamente embutido nele.*”

Da mesma forma, Lévy & Authier (1995, p. 24) argumentam que, assim como os revolucionários da antiguidade preconizavam a reforma agrária e a partilha das terras e os da era industrial visavam à propriedade dos meios de produção, hoje é sobre o conhecimento que repousam a riqueza das nações e a força das empresas.

O importante a ressaltar dessas afirmações é que se atribui o nome de Sociedade do Conhecimento, porque o conhecimento é considerado fator de produção, juntamente à terra, ao capital e ao trabalho, não

como fator substituto dos demais, mas sim estabelecendo-se uma relação de interdependência entre eles. A existência do recurso do conhecimento e a sua aplicação passam a ser fundamentais para a sua continuidade e, como tão bem observou Drucker, o seu significado precisa ser redimensionado.

Para a devida compreensão do significado do recurso do conhecimento, deve-se fazer a distinção entre dois tipos de conhecimento apontados por Nonaka & Takeuchi (1997, p.7;63): Conhecimento Explícito e Conhecimento Tácito. O primeiro consiste no conhecimento adquirido formalmente nas academias, nos livros, periódicos etc. e é empregado como sinônimo de informação; o segundo consiste no processo em que o indivíduo, por meio dos conhecimentos adquiridos formalmente, mais a visão que possui do mundo e que é impactada por seu sistema de crenças e valores e experiências adquiridas, trabalha e utiliza a informação criando valor, ou seja, transformando seu conhecimento explícito em tecnologia, novos produtos e serviços, sobresaindo-se de alguma forma.

No meio empresarial, o conhecimento explícito passa a ser utilizado como base para o desenvolvimento de novas habilidades, pois, sem estas, torna-se improdutivo. Constata-se que o acesso ao ensino formal para obtenção do conhecimento explícito não é mais diferencial, pois a oferta desses profissionais é grande. As empresas percebem que podem, no mínimo, manter-se eficientes com menos recursos físicos e mão-de-obra especializada. Além disso, passam a ser valorizados atributos como criatividade e a versatilidade, e não só a racionalidade.

Em relação à representatividade do trabalhador manual na evolução das organizações, assim se expressa Drucker (1993, p.20):

“Quando Taylor começou a estudar o trabalho, nove entre cada dez trabalhadores faziam trabalhos manuais, produzindo ou movimentando objetos; isso acontecia em manufatura, agricultura e transportes. [...] Quarenta anos atrás, nos anos 50, as pessoas empenhadas em produzir ou movimentar objetos ainda constituíam a maioria em todos os países desenvolvidos. Em 1990, elas haviam encolhido para um quinto da força de trabalho e em 2010 não serão mais que um décimo. A Revolução da Produtividade transformou-se em vítima do seu próprio sucesso.

Daqui em diante, o que importa é a produtividade dos trabalhadores não-manuais. E isso requer a aplicação do conhecimento ao conhecimento.”

Aceitando-se o conhecimento como o novo fator de produção, que vem aliar-se aos já existentes, instala-se um período de transformações, cujos efeitos estão se espalhando mundialmente e alterando os sistemas político, social e econômico dos países que se encontram em tal estágio de desenvolvimento. Isso porque, embora as mudanças sejam hoje profundas e perceptíveis, são contínuas mas nem sempre uniformes. Dão-se de forma gradativa e diferenciada, de acordo com o grau de evolução econômica em que o país se encontra. É de se ressaltar que no Brasil identificam-se características de uma economia pós-industrial (do conhecimento), industrial e, ainda, de subsistência, dependendo da região enfocada.

Em resumo, entre as principais conseqüências do recurso do conhecimento para a sociedade no geral, pode-se elencar as seguintes (ANTUNES, 1999, p.10-33):

- a valorização do ser humano detentor do conhecimento;
- a localização dos recursos de produção não mais como fator determinante para a localização da produção, pois a tecnologia e os transportes disponíveis resolvem essa questão;
- a materialização do conhecimento em tecnologias substituindo em parte, ou totalmente, a mão-de-obra no processo produtivo;
- a tendência acentuada para o crescimento do setor de serviços, mais especificamente de entretenimento, *softwares*, serviços eletrônicos e, também, em pesquisas nas áreas de biotecnologia, cibernética etc.;
- os produtos consumindo menos recursos materiais e mais recursos intelectuais.

As conseqüências do recurso do conhecimento e da tecnologia para as organizações

Os avanços tecnológicos percebidos atualmente permeiam qualquer análise sobre as mudanças nas estruturas organizacionais; mais especificamente, os impulsos em ritmo acelerado nos sistemas de informação e de comunicação verificados nas duas últi-

mas décadas. A tecnologia da informação e das telecomunicações possibilitou a globalização da economia. Esse novo cenário vem alterando, sobremaneira, o ambiente externo às organizações em termos geográficos e produtivos.

O mercado de massa se desintegrou na medida em que os clientes, mais conscientes de suas necessidades e diante da diversidade de opções, passaram a exigir produtos e serviços que atendessem às suas necessidades, diferentemente do comportamento apresentado após a Segunda Guerra Mundial, quando a produção em massa e padronizada tomou pulso para atender à escassez dos mais diversos produtos à época.

Ao mesmo tempo, a concorrência aumentou sensivelmente, na medida em que produtos semelhantes são vendidos em diferentes mercados pelo mundo, facilitados pelo término das barreiras comerciais e pela formação de blocos de comércio que estabelecem bases competitivas distintas e, ainda, pela diminuição do ciclo de vida dos produtos, o que impele as empresas a desenvolverem e lançarem no mercado produtos em tempo recorde.

Essa competição vem ameaçando as posições garantidas pelas empresas em décadas passadas, tornando urgente a aplicação do conhecimento e de *know-how* tecnológico para se adaptarem às exigências do novo mercado, da nova situação econômica e, assim, sobreviverem.

Brooking (1996, p. 1), ao analisar as mudanças impostas às organizações atuais, conclui que a utilização da tecnologia da informação e das telecomunicações, e a necessidade de uma força de trabalho dependente da *expertise* e da tecnologia, estão levando as empresas a aplicar métodos e habilidades muito diferentes dos até então empregados para acessarem seus consumidores e provê-los de bens e serviços.

A referida autora aponta os seguintes aspectos, frutos da aplicação do conhecimento e de tecnologia, como causas subjacentes ao desenvolvimento de novos métodos e habilidades indispensáveis para a continuidade dos negócios:

- **Criação de novos serviços:** a tecnologia da informação, além de substituir os métodos manuais de trabalho, possibilitou a criação de novos serviços não possíveis anteriormente. Exemplificando, tem-se a movimentação de bi-

lhões de dólares nas bolsas de valores espalhadas pelo mundo, os serviços de cartões de crédito, reservas de vôos etc.

- **Mudança no conceito de espaço físico e de mercado:** os empregados não necessitam estar concentrados fisicamente para a realização do trabalho, podendo acessar os clientes, gerentes e fornecedores via *information highway*. Da mesma forma, uma multinacional pode controlar toda a cadeia produtiva e reunir os vários fatores de produção em nível internacional, sem se comprometer com a produção em si, como é o caso da *Nike*, cuja produção é feita sob encomenda em fábricas que pertencem a outras empresas a partir de modelos desenhados por especialistas nos Estados Unidos. Em termos de mercado, a Internet tornou-se um mercado virtual, onde se realizam compras e vendas de produtos e serviços, além de possibilitar o acesso às informações de publicidade e propaganda das empresas.

- **Valorização da marca:** as empresas precisam de um símbolo ao qual o cliente possa associá-las, independentemente do local em que ele estiver, dada a globalização dos mercados.

- **Merchandising de intangíveis:** o valor da comercialização do produto intangível associado ao produto tangível pode ultrapassar, em muito, este último. Exemplificando, tem-se o valor arrecadado com a bilheteria de um filme de grande sucesso sendo superado pela venda dos direitos de comercialização das imagens e dos personagens do filme, como é o caso do *Star Wars*, cuja receita de bilheteria foi de US\$ 25,000,000.00 contra US\$ 1,000,000,000.00 decorrentes da comercialização de seus personagens.

- **Patente de tecnologia:** empresas que investem no desenvolvimento de novas tecnologias necessitam tê-las patenteadas a fim de possibilitar a avaliação em termos reais da própria empresa.

Considerando-se: uma força de trabalho avaliada pelo seu conhecimento, pelo que ela pode contribuir para o resultado da empresa e o investimento associado ao treinamento dessa força; o sistema de informação desenvolvido para viabilizar o trabalho nas organizações globalizadas e o conseqüente investimento realizado em *softwares*; a impreterível existência de uma marca que identifique a empresa num

mercado global; o investimento realizado no desenvolvimento de novas tecnologias e o respectivo custo de patentear-las; enfim, considerando-se todos os aspectos intangíveis que hoje fazem parte do mundo empresarial, cujo gerenciamento tornou-se indispensável para a continuidade das empresas, pode-se inferir que todos eles agregam valor às empresas.

Deve-se considerar, ainda, que a automação da produção e o crescimento do setor de prestação de serviços e de pesquisas alteram, radicalmente, a composição dos custos dos produtos. Conseqüentemente, o sucesso das empresas estará dependendo muito mais da administração dos recursos intelectuais do que da coordenação física dos empregados que trabalham na produção.

Diante do exposto, não se discute que essa realidade torna urgente o desenvolvimento de novos conceitos no tocante à mensuração do valor das empresas, fato que vem impactar diretamente o poder informativo dos relatórios contábeis, embora não se possa desconsiderar que a Contabilidade sempre esteve atenta à questão dos intangíveis, dada a vasta bibliografia existente a respeito do *Goodwill*.

O Reflexo do Recurso do Conhecimento na Contabilidade

De acordo com o Índice Mundial da Morgan Stanley, o valor médio das empresas nas bolsas de valores do mundo é duas vezes o seu valor contábil e, nos Estados Unidos, o valor de mercado de uma empresa varia normalmente entre duas a nove vezes o seu valor contábil, (EDVINSSON & MALONE, 1998, p. 5).

Richard Donkin, em artigo veiculado no *Financial Times*, afirma que “as empresas vêm percebendo que o valor contábil de seus ativos fixos está, em muitos casos, diminuindo em relação ao seu valor de mercado já que este valor está sendo medido em termos da capacidade que possuem de exploração de seu conhecimento.” (*apud* Gazeta Mercantil, 19.01.98).

A Microsoft, maior fabricante de *softwares* no mundo, se tornou a primeira companhia a superar US\$ 500 bilhões em valores de mercado na história, (Folha de S. Paulo, 17.07.99).

Verifica-se que várias são as afirmações, a exemplo das mencionadas acima, de que o valor das empresas no mercado (entende-se em bolsa de valores) está muitas vezes acima do seu valor contábil (valor patrimonial), sugerindo uma certa **falha** da Contabilidade em mensurar tal valor.

Comentou-se, também, anteriormente, que L. Edvinsson⁴, bem como outros autores, vêm justificando a diferença entre o valor patrimonial das ações e seu valor de mercado pela introdução de novos valores concentrados na denominação de Capital Intelectual. Cabe ressaltar que se julga ser esta uma forma muito simplista de justificar este fato, principalmente no que concerne à função das Demonstrações Contábeis, especificamente do Balanço Patrimonial. É importante destacar que não se entende que seja o Capital Intelectual o único responsável por tal diferença.

Assim sendo, dois aspectos devem ser considerados. O primeiro refere-se ao que se entende como valor da empresa e valor contábil da empresa. O segundo refere-se aos fatores que influenciam o valor de mercado das ações, levando-se em conta, ainda, que as características do mercado acionário, bem como os Princípios Contábeis e as normas contábeis praticadas devem ser consideradas como fatores relevantes.

Com relação ao que se entende como Valor da Empresa, define-se como “*aquele que os potenciais adquirentes estão dispostos a pagar pela compra do patrimônio líquido de uma empresa, logo um valor de negociação.*” (Martins, 1992, p. 146).

Quanto à questão de se afirmar que o Valor de Bolsa é o Valor da Empresa, parece ser uma prática comum na literatura americana, onde o controle da empresa está pulverizado e as ações estão quase todas disponíveis para negociação em bolsa. E havendo liquidez para as ações, o valor de mercado de cada ação multiplicado pelo número total de ações poderia ser tomado como o valor de mercado da empresa. A realidade do Brasil é bem diferente, (Martins, 1992, p. 146).

Nesse contexto, também não se pode desprezar a dinâmica complexa que apresenta o comportamento das ações negociadas em bolsa de valores. Se-

⁴ Leif Edvinsson é Gerente para Capital Intelectual do grupo Skandia, um dos autores do modelo de mensuração desenvolvido pelo Grupo e publicou a obra “Intellectual Capital” em co-autoria com o jornalista M.S. Malone.

gundo Fortuna (1996, p. 297), “o preço de uma ação em bolsa é fruto das condições de mercado (oferta e demanda) que reflitam as condições estruturais e comportamentais da economia do País e específicas da empresa e de seu setor econômico.”

Pode-se afirmar que as cotações das ações estão sujeitas a vários fatores exógenos às empresas, tais como fatores de natureza política e econômica e a outros tantos contingenciais e, também, a fatores endógenos que repercutem no Capital Intelectual.

É de se ressaltar, ainda, que em um ambiente globalizado, como o atual, as alterações nos ambientes externos às empresas são percebidos mundial e simultaneamente, causando impactos de diversas intensidades.

Quanto ao fato de as empresas serem negociadas várias vezes abaixo ou acima de seu valor patrimonial, isso não representa algo tão absurdo quanto parece a muitos.

O Valor Patrimonial da empresa é o valor contábil do seu patrimônio líquido. E isso significa o valor investido pelos sócios mais seus reinvestimentos pelos lucros já obtidos não distribuídos. Os princípios de avaliação contábil utilizados não foram feitos para medir o valor de venda de uma empresa e sim para apurar o resultado de suas atividades⁵. Assim, o valor patrimonial está voltado ao que já ocorreu. Só que o valor de mercado de uma empresa está associado ao seu valor futuro, ou melhor, à capacidade que seus ativos possuem de gerar lucro no futuro. Este é o conceito de valor econômico do ativo.

Ludícibus (1998, p.60), ao questionar o que de fato se mensura em Contabilidade (se custo ou valor), resume, de forma bem objetiva, a complexidade que envolve a questão e, também, o quanto essa questão é conhecida e reconhecida pela classe contábil. Segundo o autor:

“Mais importante, em toda a discussão, é que o Contador, bem ou mal, conservadoramente ou agressivamente, numa fase outra da evolução histórica, conforme se trate de Contabilidade Financeira ou Gerencial tem a coragem de atribuir mensuração aos elementos do ativo, passivo e PL, bem como aos fluxos de renda e de caixa. É, sem dúvida, a profissão mais arroja-

da, pois pretende traduzir em demonstrações contábeis, em números, notas explicativas e poucas evidenciações outras, uma realidade tão complexa quanto a da entidade. Por isso é tão criticada, pois não consegue agradar, nem aos tradicionalistas, muito menos aos que desejariam que o balanço retratasse o valor da entidade na data, algo que um eventual comprador consideraria, se quisesse adquiri-la. [...] Quanto mais evoluirmos em nossa ciência, mais nos afastaremos do custo e mais nos aproximaremos do valor, sem, provavelmente, nunca alcançá-lo.” (grifo do autor)

Considerando-se tais aspectos, volta-se a afirmar que não se pode desprezar os efeitos decorrentes da existência dos elementos que compõem o Capital Intelectual, quando se refere aos fatores endógenos às empresas que influenciam seu valor de mercado e à capacidade que os elementos componentes do Capital Intelectual possuem de gerar lucros futuros.

Se a nova realidade demonstra que esses elementos agregam valor às empresas, a Contabilidade deve considerar tais ativos intangíveis e desenvolver uma forma de evidenciá-los, se for esse o caso, mas não se pode esquecer que evidenciar o valor da empresa não é objetivo do Balanço Patrimonial, pelo menos até o momento. Portanto, fica claro que a mensuração das transações envolvendo o patrimônio de uma entidade, cuja função pertence à Contabilidade, é demasiadamente complexa e que as críticas ao Balanço Patrimonial não procedem por inteiro.

O Conceito do Capital Intelectual

Conforme já comentado, o Capital Intelectual é um conjunto de benefícios intangíveis que agregam valor às empresas.

Segundo Brooking (1996, p.12-13), 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.

⁵ O Princípio do Custo como Base de Valor dos Ativos está voltado à mensuração do Lucro, e não à medida do seu valor de venda (Martins, 1992, p.145).

- **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.

Edvinsson & Malone (1998, p.9) empregam uma linguagem metafórica no intuito de melhor conceituar o Capital Intelectual. Comparando uma empresa a uma árvore, consideram a parte visível como tronco, galhos e folhas como o que está descrito em organogramas, nas demonstrações contábeis e em outros documentos; e a parte que encontra-se abaixo da superfície, no sistema de raízes, ao Capital Intelectual que são os fatores dinâmicos ocultos que embasam a empresa visível formada por edifícios e produtos.

Os autores dividem os fatores ocultos em duas categorias:

- **Capital Humano:** composto pelo conhecimento, *expertise*, poder de inovação e habilidade dos empregados mais os valores, a cultura e a filosofia da empresa.
- **Capital Estrutural:** formado pelos equipamentos de informática, *softwares*, banco de dados, patentes, marcas registradas, relacionamento com os clientes e tudo o mais da capacidade organizacional que apóia a produtividade dos empregados.

Edvinsson & Malone observam que o relacionamento com os clientes, inserido no Capital Estrutural, pode ser desdobrado em uma categoria separada como Capital de Clientes, denotando maior importância deste item para o valor da empresa.

Os referidos autores fazem, ainda, três afirmações dignas de nota (1998, p.39):

1. O Capital Intelectual constitui informação suplementar e não subordinada às informações financeiras;

2. O Capital Intelectual é um capital não-financeiro, e representa a lacuna oculta entre o valor de mercado e o valor contábil;
3. O Capital Intelectual é um passivo e não um ativo.

Pode-se verificar que não há divergência em relação aos elementos que formam o Capital Intelectual, segundo os autores citados. Quanto às afirmações de Edvinsson & Malone, ressalta-se que a relação de complementariedade que apresenta deve-se ao fato de que em algum tempo no futuro o Capital Intelectual será convertido em um valor monetário. A segunda afirmação já foi amplamente comentada; atenção especial merece ser dada ao último ponto.

O entendimento do Capital Intelectual como um passivo pode, num primeiro momento, causar certo espanto. Entretanto, numa análise um pouco mais atenta à filosofia do Capital Intelectual, verifica-se ser este um tratamento coerente, pois retrata a idéia de valor corporativo ao considerá-lo como um empréstimo feito pelos clientes, empregados etc., visto como fonte de capital (recursos).

Um Modelo de Mensuração do Capital Intelectual

Nos últimos anos, o Grupo Skandia vem despertando o interesse dos meios acadêmico e empresarial e da mídia por ter sido o primeiro grupo a divulgar um relatório contendo dados sobre a avaliação do Capital Intelectual de suas empresas. Esse relatório foi distribuído aos acionistas em 1995, como suplemento das Demonstrações Financeiras referentes a 1994 (GRUPO SKANDIA, 1994).

Considerando que não é objetivo deste artigo apresentar o modelo de mensuração do Capital Intelectual desenvolvido pelo grupo, optou-se por abordar de forma bem simplificada a sua essência, dando-se maior ênfase à Fórmula de Mensuração do Capital Intelectual.

O grupo identificou certos valores de sucesso que deveriam ser maximizados e incorporados à estratégia organizacional. Esses fatores, por sua vez, foram agrupados em cinco áreas distintas de foco:

1. Foco Financeiro.
2. Foco Clientes.
3. Foco Processo.
4. Foco Renovação e Desenvolvimento.
5. Foco Humano.

Para cada um desses focos foram estabelecidos indicadores que permitem medir o seu desempenho.⁶

A fim de estabelecer uma equação que traduzisse em um número o valor do Capital Intelectual, a Skandia estabeleceu os seguintes passos:

1. Identificar um conjunto básico de índices que possa ser aplicado a toda a sociedade com mínimas adaptações.
2. Reconhecer que cada organização possa ter um Capital Intelectual adicional que necessite ser avaliado por outros índices.
3. Estabelecer uma variável que capte a não tão-perfeita previsibilidade do futuro [sic], bem como a dos equipamentos, das organizações e das pessoas que nela trabalham.

Assim sendo, chegou à seguinte fórmula (Edvinsson & Malone, 1998, p.166):

$$\text{Capital Intelectual Organizacional} = iC$$

Onde: C = Valor monetário do Capital Intelectual
i = Coeficiente de Eficiência

O valor de C é obtido a partir de uma relação que contém os indicadores mais representativos de cada área de foco, avaliados monetariamente, excluindo os que pertencem mais propriamente ao Balanço Patrimonial. Esses indicadores referem-se ao exercício social:

1. Receitas resultantes da atuação em novos negócios.
2. Investimento no desenvolvimento de novos mercados.
3. Investimento no desenvolvimento do setor industrial.
4. Investimento no desenvolvimento de novos canais.
5. Investimento em Tecnologia da Informação (TI) aplicada a vendas, serviço e suporte.
6. Investimento em TI aplicada à administração.
7. Novos equipamentos de TI.
8. Investimento no suporte aos clientes.
9. Investimento no serviço aos clientes.

10. Investimento no treinamento de clientes.
11. Despesas com clientes não-relacionadas ao produto.
12. Investimento no desenvolvimento da competência dos empregados.
13. Investimento em suporte e treinamento relativo a novos produtos para os empregados.
14. Treinamento especialmente direcionado aos empregados que não trabalham nas instalações da empresa.
15. Investimento em treinamento, comunicação e suporte direcionados aos empregados permanentes em período integral.
16. Programas de treinamento e suporte especialmente direcionados aos empregados temporários de período integral.
17. Programas de treinamento e suporte especialmente direcionados aos empregados temporários de tempo parcial.
18. Investimento no desenvolvimento de parcerias / *joint-ventures*.
19. *Upgrades* no sistema.
20. Investimentos na identificação da marca (logotipo/nome).
21. Investimento em novas patentes e direitos autorais.

O Índice de Coeficiente de Eficiência do Capital Intelectual é obtido por meio dos indicadores mais representativos de cada área de foco expressos em porcentagens, quocientes e índices, cuja média aritmética dos índices permite colocá-los em uma porcentagem única. Esses parâmetros referem-se ao presente:

1. Participação de mercado (%).
2. Índice de Satisfação dos Clientes (%).
3. Índice de liderança (%).
4. Índice de Motivação (%).
5. Índice de investimento em Pesquisa & Desenvolvimento / Investimento total (%).
6. Índice de horas de treinamento (%).
7. Desempenho / Meta de qualidade (%).
8. Retenção dos empregados (%).
9. Eficiência administrativa / Receitas (%).

Verifica-se que a fórmula apresentada pela Skandia mede o Capital Intelectual em função da

⁶ Para maior detalhamento ver: EDVINSSON & MALONE, 1998.

quantidade de investimentos, medidos em termos monetários, realizados nos elementos que podem ser mensurados objetivamente. Por exemplo: investimentos no suporte aos clientes e investimentos em TI aplicada a vendas, serviço e suporte. Estes investimentos poderão impactar a satisfação do cliente ou não.

Entretanto, não consideram como Capital Intelectual o valor total do investimento (valor de custo) realizado, mas apenas a proporção que reverterá para a empresa, a médio ou longo prazos, medida em função do índice percentual de satisfação dos clientes (indicador não-financeiro). Assim sendo, pode-se concluir que a medida de Capital Intelectual apresenta-se, à primeira vista, como um número, portanto, uma mensuração aparentemente objetiva, mas dada a própria natureza de alguns índices, é composta por um certo grau de subjetividade.

O conceito do *Goodwill*

Considerando a complexidade que envolve o tema *Goodwill*, e o objetivo do presente artigo, pretende-se apenas estabelecer alguns aspectos quanto à sua natureza, avaliação e classificação que possibilitarão uma comparação com o conceito do Capital Intelectual.

Monobe (1986, p. 51), em sua tese de doutoramento intitulada "Contribuição à mensuração e contabilização do *goodwill* adquirido", observa que a primeira aparição do *Goodwill* foi vinculada à terra [em 1571] e gradativamente foi sendo relacionado com o comércio, com a atividade industrial, à fidelidade da clientela, com a localização privilegiada, à personalidade dos proprietários, a processos industriais, a conexões financeiras e a *staffs* eficientes.

Todos esses fatores foram sendo apontados como os responsáveis (ou fatores contribuintes) pela geração de lucro da empresa a longo prazo e não reconhecidos pela Contabilidade. Essa característica persiste até hoje para certos fatores e para outros tantos que foram sendo acrescidos na medida em que os ativos intangíveis não contabilizados ou não identificados foram aumentando proporcionalmente aos demais ativos devido à sofisticação dos negócios (Monobe, 1986, p.51-52, 63).

É sabido que a Contabilidade Financeira reconhe-

ce e contabiliza o *Goodwill* apenas quando ocorre a compra de uma empresa.

Quanto ao seu valor, o referido autor afirma que, numa conceituação moderna, o *Goodwill* corresponde à diferença entre o valor atual da empresa como um todo, em termos de capacidade de geração de lucros futuros, e o valor econômico dos seus ativos apresentando, portanto, uma característica residual (Monobe, 1986, p. 65).

Segundo o *The Chartered Institute of Management Accountants*, o mais importante instituto de contadores gerenciais do Reino Unido, em sua Terminologia Oficial de Contabilidade Gerencial (CIMA, 1996, p. 87), *Goodwill* é definido como a diferença entre o valor de um negócio como um todo e a soma dos ativos individuais avaliados pelo seu valor justo.

Tendo em vista as duas significativas definições apresentadas, pode-se inferir que não existe um consenso sobre o critério de valor a ser utilizado, cujo aprofundamento, conforme já dito, não é o objetivo no momento. Entretanto, quanto à sua característica residual não há dúvidas.

Soma-se aos conceitos anteriores um outro que identifica a ocorrência da sinergia numa empresa. Sob esse conceito, mesmo que se tenha identificado e mensurado economicamente todos os ativos tangíveis e intangíveis, a soma desses valores individuais deveria ser menor do que a soma do seu conjunto. Em outras palavras significa dizer que o *Goodwill* sempre deveria existir sob a ótica sinérgica.

Classificação do *Goodwill*

Conforme a classificação de Coyngton (apud MARTINS, 1972, p. 74), valendo ressaltar que é datada de 1923, o *Goodwill* assume a seguinte divisão:

- ***Goodwill* Comercial:** criado em função exclusivamente da empresa como um todo, independente 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 Evanesciente:** característico de certos produtos que a moda cria e que, 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 dada a durabilidade.

Admitindo-se a classificação para o *Goodwill* de Paton & Paton (apud Martins, 1972, p. 73), divulgada em 1952, tem-se:

- **Goodwill Comercial:** decorrente de serviços colaterais como equipe cortês de vendedores, entregas convenientes, facilidade de crédito, dependências apropriadas para serviço de manutenção; qualidade do produto em relação ao preço; atitude e hábito do consumidor como fruto de nome comercial e marca tornados proeminentes em função de propaganda persistente; localização da firma.
- **Goodwill Industrial:** decorrente de altos salários, baixo *turnover* de empregados, oportunidades internas satisfatórias para acesso às posições hierárquicas superiores, serviço médico, sistema de segurança adequado, desde que tais fatores contribuam para a boa imagem da empresa e também para a redução do custo unitário de produção, devido à eficiência de uma força de trabalho operando nessas condições.
- **Goodwill Financeiro:** derivado da atitude de investidores e de fontes de financiamento e de crédito em função de a empresa possuir sólida situação para cumprir suas obrigações e manter sua imagem ou, ainda, obter recursos financeiros que lhe permitam aquisições de matéria-prima ou mercadorias em melhores termos e preços.
- **Goodwill Político:** decorrente de boas relações com o Governo.

Goodwill versus Capital Intellectual

Ao se observar os fatores responsáveis pela formação do *Goodwill*, segundo Catlett & Olson (apud MARTINS, 1972, p. 75), e pela formação do Capital Intellectual, segundo Brooking (1996, p. 17), podem ser identificados vários pontos em comum, conforme visto a seguir:

A) Fatores que geram o Goodwill:

- Administração superior.
- Organização ou gerente de vendas proeminente.
- Fraqueza na administração do competidor.
- Propaganda eficaz.
- Processos secretos de fabricação.
- Boas relações com os empregados.
- Crédito proeminente como resultado de uma sólida reputação.
- Excelente treinamento para os empregados.
- Alta posição perante a comunidade, conseguida através de ações filantrópicas e participação em atividades cívicas por parte dos administradores da empresa.
- Desenvolvimento desfavorável nas operações do competidor.
- Associações favoráveis com outra empresa.
- Localização estratégica.
- Descoberta de talentos ou recursos.
- Condições favoráveis com relação aos impostos.
- Legislação favorável.

É relevante observar que os autores admitem a impossibilidade de listar todos os fatores e condições, devido à própria natureza do *Goodwill*.

B) Fatores que geram o Capital Intellectual:

- Conhecimento, por parte do funcionário, do que representa o seu trabalho para o objetivo global da companhia.
- Funcionário tratado como um ativo raro.
- Esforço da administração para alocar a pessoa certa na função certa, considerando suas habilidades.
- Existência de oportunidade para desenvolvimento profissional e pessoal.
- Avaliação do retorno sobre o investimento realizado em Pesquisa & Desenvolvimento (P&D).
- Identificação do *know-how* gerado pela P&D.
- Identificação dos clientes recorrentes.
- Existência de uma estratégia proativa para tratar a propriedade intelectual.
- Mensuração do valor da marca.
- Avaliação do retorno sobre o investimento realizado em canais de distribuição.
- Sinergia entre os programas de treinamento e os objetivos corporativos.

- Existência de uma infra-estrutura para ajudar os funcionários a desempenhar um bom trabalho.
- Valorização das opiniões dos funcionários sobre os aspectos de trabalho.
- Participação dos funcionários na elaboração dos objetivos traçados.
- Encorajamento dos funcionários para inovar.
- Valorização da cultura organizacional.

O valor do *Goodwill* de uma empresa, segundo observou Monobe (1986, p. 62), seja na sua forma convencional ou na forma definida como sinérgico, estará sempre relacionado com a capacidade de geração de lucros dessa empresa. Da mesma forma, os autores até então citados relacionam o Capital Intelectual à geração de lucros a longo prazo. Estas duas afirmações se enquadram na definição de ativo, valendo ressaltar que os autores consideram o Capital Intelectual como tal.

Um outro ponto importante trata do nascimento do Capital Intelectual. Para Brooking (1996, p.12), o Capital Intelectual começou quando o primeiro vendedor estabeleceu um bom relacionamento com o seu cliente, o que se denominou *Goodwill*.

Já Edvinsson & Malone (1998, p.11) consideram que o Capital Intelectual pode apresentar-se como uma nova teoria, mas que ele esteve sempre presente na forma de bom senso (considerado um dos elementos do *Goodwill*) e que o interesse em entender a diferença entre o valor de mercado de uma empresa e o seu valor contábil sempre existiu. O que se modificou foi a forma de entender esse diferencial. Antes ele era atribuído a fatores inteiramente subjetivos e que, portanto, jamais poderiam ser medidos empiricamente.

A afirmação dos autores sugere que o Capital Intelectual iniciou-se a partir do *Goodwill*, quando de seu conceito inicial e limitado, sugerindo, ainda, uma precipitada aglutinação dos dois conceitos. Isto pode ser confirmado comparando as classificações de ambos e os fatores responsáveis por suas formações. Entretanto, a afirmação de H. Thomas Johnson⁷, ao considerar que o Capital Intelectual encontra-se escondido no interior do “mais misterioso lançamento contábil [sic], aquele referente ao *Goodwill*” (apud EDVINSSON & MALONE, 1998, p. 4), dá-nos uma idéia de complementaridade. Quanto à questão de

identificação de tais elementos, esta apresenta-se de forma muito mais complexa do que pode parecer à primeira vista, conforme a literatura consultada.

Monobe (1986, p. 55), ao se referir à problemática da identificação do *Goodwill*, assume que “um dos problemas subsistentes continua sendo a linha divisória entre o valor atribuível ao *Goodwill* e aqueles atribuíveis a outros intangíveis, o que acarreta especialmente dificuldade na sua mensuração”.

Assim sendo, conclui-se que o modelo desenvolvido para mensuração do Capital Intelectual pode ser entendido como uma tentativa de identificar e mensurar alguns dos fatores (ativos intangíveis) que contribuem para a geração de lucros futuros, minimizando a quantidade de intangíveis não identificados e, conseqüentemente, o valor do *Goodwill*.

Conclui-se, portanto, que os idealizadores do modelo estão resolvendo parte dos componentes subjetivos do *Goodwill* e não o problema do *Goodwill* na sua totalidade, ou melhor: “explicando a diferença entre o valor contábil e o valor de mercado”, como se referem, muito embora de uma forma ainda subjetiva, dada a fórmula desenvolvida pelos autores e citada anteriormente.

Por outro lado, supondo que consigam identificar e mensurar objetivamente cada elemento que compõe o Capital Intelectual (ou seja, todos os elementos que estão classificados e agrupados como Capital Intelectual), o *Goodwill* continuaria existindo, segundo o conceito do *Goodwill* Sinérgico.

CONCLUSÃO

O novo rumo da economia encontra-se fundamentado em idéias. O número de pessoas engajadas no processo de pesquisa, criando técnicas, materializando idéias, desenvolvendo novas oportunidades de negócios, tende, cada vez mais, a superar o número de pessoas que estarão trabalhando diretamente na produção física, a mesma proporção ocorrendo em relação ao montante de recursos financeiros e de conhecimento investidos. Isso tornará essencial que se realizem profundas modificações na estrutura e na administração das empresas para que continuem competitivas.

⁷ H. Thomas Johnson é professor de Administração de Empresas na *Portland State University*, Oregon.

Entretanto, o conhecimento só gerará valor para uma entidade se esta puder ter contado com os novos conhecimentos produzidos e ser acessada de forma que isso possa conduzir a novos conhecimentos.

A história do desenvolvimento do conhecimento contábil, especificamente a bibliografia existente sobre o *Goodwill*, mais as constatações evidenciadas neste artigo demonstram que a percepção da importância e a preocupação em identificar os elementos intangíveis que interagem no sistema empresa e que, conseqüentemente, agregam valor a médio e longo prazo, não são recentes.

As palavras de Ludícibus (1988), mais atuais, podem ilustrar o desafio com o qual a Contabilidade vem deparando e ratificar a posição assumida de que a mesma vem trabalhando no sentido de que o Sistema de Informações Contábeis possa divulgar as informações realmente relevantes para tomada de decisões, obviamente respeitando os objetivos de cada relatório divulgado. Segundo o referido autor:

“Normalmente, o Sistema de Informação Contábil está enfatizado com relação ao passado e não focalizado para o futuro. Para esta última hipótese ocorrer, temos que não ter receio de lidar com o julgamento, com o potencial e com o que é intangível, em lugar do que é verificável, realizado e tangível. (...) Exemplificando, atribuo mais importância ao intangível de um balanço, como elemento de discernimento no que se refere à potencialidade da entidade do que, às vezes, aos elementos tangíveis.” (grifo do autor)

De fato, o modelo desenvolvido pelo Grupo Skandia busca contemplar esse mecanismo de captar, avaliar e gerenciar os conhecimentos adquiridos na busca de novos conhecimentos que produzirão benefícios a médio e longo prazos para as organizações e, como tal, constitui-se numa excelente ferramenta à disposição da gerência, útil nas decisões estratégicas por apontar tendências.

Por outro lado, não se considera que tenham resolvido a questão dos intangíveis objetivamente, conforme demonstrado.

Este artigo procurou evidenciar a verdadeira relação existente entre a Contabilidade e o conceito de Capital Intelectual e, portanto, pode-se concluir, conforme demonstrado, que:

- a preocupação da Contabilidade em identificar e mensurar os valores intangíveis de uma empresa não é recente;
- os autores citados assumem a existência do Capital Intelectual há séculos, tendo como origem o *Goodwill*;
- *Goodwill* e Capital Intelectual fazem parte do mesmo fenômeno, pois os fatores que identificam a existência de um valor a mais numa organização, e que integram o Capital Intelectual, já faziam parte do *Goodwill*, segundo pode ser verificado pelas classificações mencionadas e datadas da primeira metade deste século, podendo ser justificada a inclusão de novos elementos pela evolução natural da sociedade;
- o conceito de Capital Intelectual é uma tentativa de identificar e mensurar tais intangíveis que, enquanto não mensurados, resultam em parte do *Goodwill*;
- Capital Intelectual é um conceito que identifica e agrupa elementos intangíveis (de acordo com as classificações apresentadas) que antes pertenciam ao *Goodwill*, considerando-se o *Goodwill* como resultante da não aceitação pela Contabilidade Financeira de vários itens como componentes do ativo, em virtude, principalmente, dos Princípios do Custo como Base de Valor e o da Confrontação das Despesas com as Receitas, mais as Convenções da Objetividade e do Conservadorismo.

Portanto, o *Goodwill* apresenta-se como um conceito mais abrangente do que o do Capital Intelectual, considerando todas as conclusões. E, principalmente, Capital Intelectual não é um conceito novo e, muito menos, desconhecido pela Contabilidade.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANTUNES, M. Thereza Pompa. *Contribuição ao Entendimento e Mensuração do Capital Intelectual*. São Paulo, 1999. Dissertação (Mestrado). Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo.
- _____. *Capital Intelectual*. São Paulo : Atlas, 2.000.
- BROOKING, Annie. *Intellectual Capital: Core Asset for the Third Millennium Enterprise*. Boston: Thomson Publishing Inc, 1996.
- CIMA - The Chartered Institute of Management Accountants. *Management Accounting Official Terminology*. London: Chartered Institute of Management Accountants, 1996.
- CRAWFORD, R. *Na Era do Capital Humano*. São Paulo: Atlas, 1994.
- Deliberação CVM nº 29, de 05 de Fevereiro de 1986.
- DONKIN, R. Trabalhadores do Conhecimento, espécie em expansão. *Gazeta Mercantil*. São Paulo, 19 janeiro 1998
- DRUCKER, Peter F. *Uma Era de Descontinuidade*. Rio de Janeiro: Zahar, 1970.
- _____. *Sociedade Pós-Capitalista*. São Paulo: Pioneira, 1993.
- EDVINSSON L. & MALONE M.S. *Capital Intelectual*. São Paulo: Makron, 1998.
- FORTUNA, E. *Mercado de Capitais: Produtos e Serviços*. 8ª ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1996.
- GRUPO SKANDIA. Visualizando o Capital Intelectual na Skandia. *Suplemento do Relatório Anual*. Estocolmo, 1994.
- HENDRIKSEN E. S. & BRED A M. F. *Accounting Theory*. 5ª ed. Boston: Irwin, 1992.
- IUDÍCIBUS, S. Conhecimento, Ciência, metodologias Científicas e Contabilidade. *Revista Brasileira de Contabilidade*, Brasília, v.27, n.110, p.60-63, março/abril de 1998.
- _____. A Contabilidade como Sistema de Informação Empresarial. Boletim do IBRACON. N.245, p.7-9, outubro/novembro de 1988.
- LÉVY, Pierre & AUTHIER, Michel. *As Árvores do Conhecimentos*. São Paulo, Escuta, 1995.
- LITTLETON, A. C. Structure of Accounting Theory. *American Accounting Association*, 1953.
- MARTINS, Eliseu. *Contribuição à Avaliação do Ativo Intangível*. São Paulo, 1972. Tese (Doutorado). Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade São Paulo.
- _____. Por que o Balanço não Fornece o "Valor da Empresa"? IOB - Informações Objetivas. Temática Contábil e Balanços. Ano XVII, No. 18, p.143-146, 1992.
- MONOBE, Massanori. *Contribuição à Mensuração e Contabilização do Goodwill Adquirido*. São Paulo, 1986. Tese (Doutorado). Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo.
- NONAKA, I. & TAKEUCHI, H. *Criação de Conhecimento na Empresa*. Rio de Janeiro: Campus, 1997.
- QUINN, James B. *Intelligent Enterprise*. New York: The Free Press, 1992.
- VALOR da Microsoft supera US\$ 500 bi. *Folha de S. Paulo*. 2º caderno, p. 12, São Paulo, 17 julho 1999.