

O CAPITAL INTELECTUAL SOB A ÓTICA DA CONTABILIDADE

Wander José Theóphilo de Souza*

Palavras-chave

capital intelectual,
empresa, conhecimento.

Keywords

human capital, enterprise,
knowledge.

Biografia

* Mestre, Professor da
UniBrasil

RESUMO

O capital humano configura-se como um referencial de sucesso no meio empresarial, pois é o que vai determinar o futuro da empresa. Muitas empresas têm visto a possibilidade de desenvolvimento que podem alcançar a partir do melhor preparo, educação e desenvolvimento da cidadania dos profissionais que nelas trabalham. Neste trabalho procura-se apresentar o capital sob a ótica da contabilidade, como bem intangível de grande valor, um ativo imaterial que faz grande diferença no contexto global das organizações.

ABSTRACT

The human capital configures itself as a big success reference in the business ambience, because that's what is going to determinate the enterprise future. Many enterprises have been the progress that they can reach from the best prepare, instruction and citizenship development of the professionals that work in them. In this work the meaning is present the capital at the accountancy view, as a intangible asset with big value, a immaterial active that makes a big difference in the global context of the organizations.

1. INTRODUÇÃO

Houve um tempo no Brasil, em que o diploma era a porta aberta para que alguém conseguisse um bom emprego. Ou seja, dava-se um valor secundário à prática, ao conhecimento, mas destacava-se, sim, o diploma. Com isso, muitas pessoas que não tinham tido a oportunidade de estudar, mas que conheciam muito bem os meandros de sua profissão, de seu trabalho; eram desvalorizadas em benefício de outras que tinham somente a teoria, mas não tinham a prática dentro da atividade escolhida.

Com o passar do tempo as empresas foram se diversificando, o mercado se ampliando, consumidores e fornecedores tornando-se mais exigentes, de tal forma que a população economicamente ativa se mobilizou a fim de buscar de imediato maior conhecimento, ampliação de suas áreas de competência e a prática aliada ao diploma, uma vez que as exigências se tornavam maiores no mercado de trabalho.

As grandes empresas passaram a buscar pessoas com conhecimento, experiência, competentes e com diploma; passaram a valorizar estas qualidades e características; ao mesmo tempo foram surgindo um grupo de profissionais, formados ou não, desempregados, como resultado da reengenharia empresarial e a crise mundial.

Essa dificuldade globalizada gerou muitas discrepâncias, tanto para empresas quanto para os empregados, não somente na valorização das atividades funcionais, mas também, na valorização do conhecimento, do capital que, até pouco tempo a empresa tinha disponível e às vezes em excesso, e relegado, mas que hoje é precioso, indispensável e pode ser cada vez mais e mais desenvolvido: o capital intelectual.

2. CONCEITOS

Capital intelectual é o nome dado por Stewart (1998), para o valor e a capacidade que as pessoas têm adquirido através do conhecimento. Esse conhecimento não é representado apenas por cursos regulares, universitários, mas toda a gama instrucional e cultural adquirida pela pessoa ao longo da vida; pela vivência que o torna apto para realizar sua atividade diária e competir em empresas por um melhor posto, ou pelo exercício da atividade profissional a que se propôs.

Conforme Antunes (2000, p. 82),

[...] 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-se em importante fonte de acumulação crescimento econômico.

Assim, capital intelectual é contemplado como um valor agregado aos produtos e aos serviços da organização por meio do conhecimento adquirido; é composto por habilidades e conhecimentos dos colaboradores, pela tecnologia de produtos e de processos, e ainda, pelas características específicas de cada organização.

Segundo Straioto (2000, p. 34), o capital intelectual pode ser entendido como

[...] um conjunto de conhecimentos, informações e know how, que agrega valor aos produtos e/ou serviços, mediante a aplicação da inteligência. É considerada uma vantagem sustentável de competitividade pela contemplação de importantes investimentos em capital humano.

No livro *Capital intelectual*, Edvinsson e Malone (1998), comparam o conceito de valor empresarial a uma árvore. Nessa comparação, tudo o que é conhecido e palpável em uma empresa, como: demonstrativos financeiros, organogramas, relatórios e documentos, assim como os produtos de consumo de qualquer empresa que trazem em si um aspecto imediato, seriam o tronco, os galhos, as folhas. Esses são os integrantes da parte visível “da árvore”. Porém, a árvore tem outra parte menos visível, mas fundamental - as raízes -, elementos que dão sustentação e processam o que é indispensável para a sobrevivência do organismo.

Edvinsson e Malone (1998), ao usarem a metáfora da árvore, também explicam o diferencial entre valores tangíveis e intangíveis de uma empresa, os valores evidentes e os valores ocultos e pelo estudo das raízes do valor empresarial, os autores estabelecem o conceito de capital intelectual. Defendem ainda o composto de dois fatores ocultos e dinâmicos, o capital humano e o capital estrutural, que constituem as raízes verdadeiras de uma empresa moderna.

Para Barbais e Sousa (2006),

O capital humano é constituído dos ativos humanos, ou seja, das pessoas que fazem parte de uma organização. Capital humano significa talentos que precisam ser mantidos e desenvolvidos. Mais do que isso, capital humano significa capital intelectual. Um capital invisível composto de ativos intangíveis.

Quanto ao capital estrutural defendido por Edvinsson e Malone (1998) este é evidenciado pelos instrumentos de trabalho, as ferramentas e formas de produção que possibilitam ao capital humano a oportunidade de concretizar todo seu potencial. Mencionam ainda que, na atualidade, máquinas, equipamentos, tecnologia, instalações e a estrutura física já não representam o principal diferencial

entre as empresas como acontecia antes do advento da globalização. Sua valoração tem sido suplantada pelo valor do conhecimento humano que se acha inserido na organização e representado pelo capital intelectual.

Capital humano refere-se, pois, às evidências do conhecimento, experiência, poder de inovação e habilidade dos funcionários para realizar as tarefas do dia-a-dia, principalmente numa realidade de mercado flexível e exigente como a atual. Este tipo de capital não é da empresa em si, mas sim das pessoas que com ela colaboram.

Para exemplificar este entendimento, Raupp (2001) declara que o conhecimento passou a ter alta importância,

[...] gerando fonte de recursos imprescindíveis para o bom desenvolvimento de uma empresa; a criatividade e tecnologia aliada ao conhecimento fazem com que o ativo da empresa possa crescer surpreendentemente através do capital intelectual.

Embora o conhecimento representado pelo capital intelectual da empresa não atribua valor ao sucesso a curto prazo, este valor certamente projeta seus resultados para o futuro.

Na mesma direção, Schmidt e Santos (2000) definem os ativos intangíveis de uma empresa [...] “como recursos incorpóreos controlados pela empresa, capazes de produzir benefícios futuros.”

Valorizar o capital humano é imprescindível para a competitividade empresarial, uma vez que os recursos humanos são responsáveis pelo bom desempenho das organizações, e conferem vantagens competitivas perante o mercado globalizado.

3. CAPITAL INTELECTUAL E CONTABILIDADE

Na sociedade moderna, observa-se que grande parte das pessoas está buscando novos conhecimentos, aprendendo novas profissões, procurando conhecer e dominar uma nova língua, aperfeiçoar os conhecimentos já obtidos, e se reciclarem através de cursos e seminários, pois, em consequência do grande desenvolvimento tecnológico, do desemprego, da crise econômica ao nível mundial, as vagas empregatícias estão sendo limitadas a cada dia; os profissionais que se formam e vão para o mercado de trabalho, aumentam consideravelmente e as empresas se tornam mais exigentes em relação à qualificação. Por esses motivos, aquele que não buscar novos caminhos, com o tempo poderá não encontrar mais nenhuma possibilidade de trabalho adequado, pois a idade, a desatualização e, a falta de conhecimento, vai deixando os mais velhos marginalizados e os menos preparados, ignorados.

Esse fato é corroborado por atitudes governamentais, por exemplo, que buscam oferecer através de organismos de treinamento (como SENAC e SENAI), cursos que auxiliam o desempregado a melhorar sua condição cultural e profissional, inclusive ofertando escolaridade de nível fundamental, para que se preparem e adquiram capacitação adequada para enfrentar a concorrência no mercado de trabalho.

Neste teor, Raupp (2001) declara que,

[...] a nova tendência de gestão do conhecimento nas empresas possui características marcantes e poderosas, capazes de promover no ambiente interno das empresas, nos mercados nos quais elas participam, e na sociedade na qual interferem, cenários racionais de aproveitamento da força do trabalho, criando oportunidades efetivas de desenvolvimento individual e corporativo.

Stewart (1998) afirma que os ativos do conhecimento, à semelhança do dinheiro e dos equipamentos, existem precisam ser cultivados pela gestão e estratégia empresarial. Isto porque toda organização possui material intelectual de valor, que forma os seus ativos e recursos, ofertando capacidades tácitas e explícitas, dados, informação e conhecimento, itens essenciais para o crescimento e a inovação. Nesse sentido Sá (2000) descreve a importância do profissional qualificado, integrado, e que voluntariamente se dedica à empresa com empenho, dando tudo de si para vê-la crescer, compondo parte dos valores imateriais, do ativo intangível das empresas.

Entende-se que, com a reengenharia empresarial de alguns anos atrás, muitas empresas caíram em descrédito por não valorizarem esse tipo de funcionário dedicado, e por não terem lhes dado a oportunidade de crescerem dentro da empresa e das suas atividades, com um melhor preparo teórico, além do prático que já possuíam.

É muito importante o ponto de vista de Stewart (1998), que afirma haver uma nova “vantagem competitiva das empresas”, ao referir que a empresa pode “comprar” os serviços, mas não levar o trabalhador a conceder seus esforços em benefício da empresa, de forma constante, direta, “vestindo a camisa”, colocando todo o seu cabedal de conhecimentos em benefício da empresa; o funcionário em geral é movido pelo atendimento de suas necessidades, que a cada dia crescem mais e mais, o que resulta em rotatividade da mão de obra, ausência de lealdade para com a empresa, e, conseqüentemente, perda de “capital intelectual”. O capital humano representa o conhecimento acumulado, a habilidade e competência dos funcionários e se evidenciam nos valores, na cultura, na filosofia da empresa, representando então diversos ativos intangíveis, dentro da contabilidade.

As empresas através de sua diretoria vêm se conscientizando da necessidade

de valorizar o conhecimento, não aquele tão amplo que se torna em entrave, mas sob aquele para o qual o trabalhador se empenha se motiva, em busca da inovação da realização completa de sua profissão, em apoio à empresa que o contrata e também em busca de sua própria realização pessoal.

O reconhecimento evidenciado por parte das empresas, do valor e da capacidade de seus funcionários, é mais do que válido e também, é de grande importância o reconhecimento do trabalhador, não somente para atender suas necessidades, mas também para satisfação individual, uma vez que a empresa que contrata os seus serviços espera dele esforço lealdade e desenvolvimento conjunto.

Para Hoog (2000), o valor contábil das empresas é obtido pela soma dos seus valores materiais e imateriais. O autor demonstra esses valores incluindo todos os itens que movimentam as atividades organizacionais, do ponto de vista fiscal e contábil, desde a marca, o marketing e o ponto, até as contingências que assume ao cuidar de temas transversais como o ambiente, a informação e a qualidade - bens intangíveis, imateriais, onde a ética é parâmetro universal.

O valor da empresa avança além dos números e códigos, para alcançar o patrimônio onde são abrigados valores imateriais que podem ser alcançados por uma visão holística onde fornecedor-empresa-consumidor estão ligados em um processo de continuidade cujas ações devem ser preservadas para garantir o futuro e a lucratividade da empresa.

“No custo de oportunidade são aceitáveis a exclusão e inclusão dos valores pela relevância do impacto da valoração dos clientes” (HOOG, 2000, p. 39). Essa frase define bem a estratégia empresarial atual, cujo centro é o cliente e o atendimento das suas necessidades. Por meio de fórmulas contábeis ele busca comprovar que, a própria contabilidade, como ciência da informação, tem condições de revelar o valor total da empresa.

Considera-se que as mudanças ocasionadas pela revolução tecnológica da década de 90 têm trazido para as empresas novos paradigmas de logística e cultura organizacional. O crescimento contínuo das expectativas empresariais e a busca constante da satisfação e fidelidade dos consumidores são exemplos de desafios impostos pela competitividade do mundo global.

Com essas mudanças, mudaram também, além do próprio corpo funcional e administrativo das empresas, as suas relações com os fundamentos das informações contábeis, que caminha em busca do aperfeiçoamento da ciência contábil, onde os ativos intangíveis são de extrema importância dada a crescente e acentuada participação no valor agregado as empresas.

Segundo Iudícibus (1997, p. 136), o estudo do ativo é o capítulo fundamental do estudo da contabilidade. Sua definição e mensuração influenciam diretamente ao principal componente da empresa: o lucro. O seu estudo demonstra

[...] sua capacidade de prestar serviços futuros à entidade que os têm, individualmente ou conjuntamente com outros ativos e fatores de produção, capazes de se transformar, direta ou indiretamente, em fluxos líquidos de entradas de caixa.

Para o referido autor, o ativo deve ser considerado à luz da sua propriedade; precisa incluir direitos específicos a benefícios futuros; e o direito precisa ser exclusivo da entidade. Existem várias formas de se mensurar ativos e seu estudo irá repercutir diretamente nos valores determinados para a manutenção do capital físico e monetário de uma empresa e, conseqüentemente, no lucro.

Sob a ótica contábil, o capital intelectual integra os ativos intangíveis. Estes “formam uma das áreas mais complexas da teoria da contabilidade, em parte em virtude das dificuldades de definição, mas principalmente por causa das incertezas a respeito da mensuração de seus valores”, conforme referem Hendriksen e Breda (1999, p. 368).

A Financial Accounting Standards Board - FASB propôs, no início de 1999, um projeto de modelo padrão de contabilidade financeira, que ainda está sendo discutido e apreciado, a fim de proporcionar a valorização da empresa, não somente pelos valores nominais econômicos de suas ações, mas também, oportunizar a valorização de seus funcionários, de suas mentes dispostas à pesquisa, mensurando o capital intelectual que dispõem.

Para a FASB, o capital intelectual pode ser considerado como os [...] “ativos intangíveis combinados, que permitem à companhia funcionar e manter uma vantagem competitiva”; e também, a diferença entre o valor real de mercado da empresa, e o valor real dos ativos intangíveis, reduzindo-se o seu passivo, uma vez que ativos intangíveis

[...] “são bens incorpóreos, mais reconhecidos como direitos e serviços, que podem gerar benefícios econômicos futuros prováveis, obtidos ou controlados por dada entidade em conseqüência de transações ou eventos passados”, define Hendricksen e Breda (1999, p. 388).

É um grande desafio para a contabilidade mensurar quanto um ativo intangível representa para uma empresa, porém, o reconhecimento da existência de um ativo intangível nas empresas, segundo os padrões sugeridos pela *FASB*, tem entre os seus critérios, a necessidade de sua mensuração, a possibilidade e a relevância desses valores, comparados aos gastos com marcas, pesquisa, desenvolvimento e propaganda, que já fazem parte dos meios de recebimentos de benefícios da empresa.

As ferramentas de informação, somadas a sua capacidade de utilizá-las,

integram os principais ativos de uma empresa e, quando bem administrados, podem atrair e reter clientes, gerando caixa para pagar as contas ao final de cada mês.

Já é do conhecimento da classe empresarial que os ativos intangíveis respondem, por uma parcela significativa do valor total da corporação ou negócio, ainda que não sejam lançados nos balanços da maioria das empresas. Seja para efeito de avaliação patrimonial nas demonstrações financeiras, ou instrumento de avaliação estratégica nas análises de gestão ou investimentos, as corporações mundiais estão se tornando mais conscientes da importância desses ativos e da necessidade de avaliá-los, conforme descrevem Schmid, e Santos (2000).

Existe uma infinidade de ativos intangíveis que podem ter seu valor monetário apurado. Os mais conhecidos são: marcas; patentes; copyrights; softwares.

A caracterização e o reconhecimento de um ativo intangível indicam que ele tem propriedades, e, se uma das características estiver ausente ele perderá sua dimensão em termos contábeis. Segundo Hendriksen e Breda (1999), para que se reconheça a existência de um ativo intangível, é preciso que ele atenda à determinados requisitos, que tenha a seguinte caracterização: corresponda à definição apropriada, evidente, seja mensurável, relevante e necessário.

Existem também ativos intangíveis e propriedades intelectuais que possuem valor, mas a aplicação como ativos das empresas ainda se encontram bastante restrita, tais como os slogans, desenhos de embalagens e grafismos.

Considera-se ainda que, embora os ativos intangíveis representados pelo capital intelectual, fazem parte de forma temporária, como um benefício finito, há necessidade de criar mecanismos contábeis para estimar sua valoração, e apropriá-los nos resultados, pelo próprio reconhecimento desse benefício.

Para Hendriksen e Breda (1999, p. 267), na contabilidade são reconhecidos dois tipos de ativos intangíveis: os identificáveis e os não identificáveis. São ativos identificáveis quando estão associados a uma descrição objetiva, como é o caso de marcas e identificação de marketing; já o ativo intangível não identificável indica que não é possível definir com clareza sua origem, descrição e controle - é o mais conhecido como "goodwill".

O tratamento de intangíveis não identificáveis é mais difícil. Segundo Hendriksen e Breda (1999, p. 269),

Ativos não identificáveis são desprovidos de interpretação semântica. Não passam, portanto, pelo teste de relevância e, por direito, não devem ser reconhecidos. No entanto, se houver uso de recursos para beneficiar períodos futuros, o custo deverá ser capitalizado e alocado aos períodos futuros.

Os mecanismos, denominados de goodwill estão associados à expectativa

de rentabilidade futura da empresa, originária dos seus bens intangíveis, como: nome marca tradição e a posição que a empresa ocupa no mercado, a imagem e qualidade de seus produtos, a clientela já definida, a ausência de concorrência e a equipe de profissionais que compõem a estrutura da empresa.

O goodwill é considerado o principal ativo intangível não identificável. Para Almeida (1999, p. 16), “O ‘goodwill’ pode ser considerado como a diferença entre o valor atual dos fluxos de caixa futuros, gerados pelos ativos da empresa e o valor dos custos dos elementos que propiciaram tal fluxo”. Ou seja, é um ativo intangível, cujos valores em geral as empresas não registram,

Para Vieira (2005), o goodwill é reconhecido como o valor encontrado na diferença entre os ativos tangíveis e intangíveis. “A maioria dos países contabiliza o goodwill como um ativo sujeito à amortização ou baixa seu valor diretamente contra o patrimônio líquido.” Essa amortização em geral é baseada no critério de vida econômica útil do ativo, e seu período máximo de amortização é variável, de país para país; de empresa para empresa.

Goodwill, também denominado de fundo de comércio ou ativo intangível, e pode ser identificado como sendo a diferença que existe entre o valor contábil e o valor de mercado de uma empresa, ou seja, a diferença que é normalmente denominada, nos meios contábeis, como sendo ágio.

Afirma Iudicibus (1997), que o goodwill pode ser tratado por meio de três índices:

- a) excesso de preço pago pela compra de uma organização ou patrimônio, comparado ao valor de mercado dos ativos líquidos;
- b) pelo excesso de valor pago pela empresa-matriz, e sua participação sobre os ativos líquidos das filiais e subsidiárias;
- c) pelo valor atual correlacionado com os lucros futuros esperados, reduzindo-se os custos.

Na prática contábil, é notório verificar que muitos gastos destinados a servir para geração de um futuro nas empresas, são reconhecidos como despesas dentro das demonstrações contábeis, como por exemplo, os custos de propaganda a ser publicada em revistas de circulação nacional em períodos futuros. Tais custos assemelham-se a seguros ou aluguéis pagos antecipadamente. Essa prática leva à constatação que um ativo pode ser inicialmente reconhecido pelo custo é, na continuidade, tratado sob os princípios do custo como base de valor, desde que seu valor possa ser referenciado em um mercado ativo.

Hendriksem e Breda (1999, p. 289), lembram que, a ativação das despesas subseqüentes sobre ativos intangíveis pode ser reconhecida, desde que: gere

benefícios econômicos futuros, e os gastos possam ser medidos e atribuídos ao ativo de forma confiável. Porém, se os gastos com um bem intangível forem reconhecidos inicialmente como despesa em um relatório contábil anterior, a norma proíbe o reconhecimento destes gastos como um ativo intangível em uma data posterior.

O quadro a seguir, apresentado pelos referidos autores, apresenta uma relação de ativos intangíveis conhecidos em geral tratados como despesas:

QUADRO DEMONSTRATIVO DOS ATIVOS INTANGÍVEIS TRATADOS COMO DESPESA

INTANGÍVEIS TRADICIONAIS	TRATADOS COMO DESPESAS
Marcas	Propaganda e Promoção
Direitos de Autoria	Adiantamentos a Autores
Franquias Comerciais	Custos de Desenvolvimento de Software
Franquias Esportivas	Custos de emissão de títulos de dívida
Softwares	Custos Judiciais
<i>Goodwill</i>	Pesquisa de Marketing
Licenças	Custos de Organização

FONTE: HENDRIKSSEM e BREDA, 1999, p. 389.

Essa constatação acaba por estabelecer que dentro do tratamento contábil possa ocorrer a classificação dos ativos intangíveis como despesas, o que também conduz a uma forte argumentação quanto à diferença entre o valor contábil e o valor de mercado de uma empresa. Tal valorização e contabilização acabam por determinar, ao final, a importância do treinamento, da educação, da informação, e as empresas estão buscando agir de tal maneira que traga crescimento e conhecimento para seu contingente funcional, partindo do conceito de valor agregado que, mesmo

imaterial, acrescenta valor concreto ao produto ou serviço que oferece.

A prática empresarial da atualidade ainda não reconhece plenamente os gastos na formação profissional dos recursos humanos como um investimento, no entanto, segundo Straioto (2000, p. 37), esta omissão é uma distorção. Ela afirma que “nenhuma empresa faria investimentos substanciais em pessoas, a não ser que este “capital humano” representasse um ativo com benefícios futuros esperados e agregasse valor a seu produto e/ou serviço.”

Observa-se hoje, que nações e empresas estão investindo em educação, em pesquisa em desenvolvimento, divulgação e informação, acerca de seus integrantes como formas de diferenciar e aumentar a qualidade dos produtos e serviços que oferece, conscientes que o capital humano corresponde a toda a capacidade, conhecimento, habilidade e experiências individuais integrantes dos componentes da organização, que implicam em melhor desenvolvimento do contexto humano e empresarial, em todas as modalidades.

4. CONCLUSÃO

Por essa rápida exposição, entende-se que é muito vasto o estudo desse tema, e compete aos empresários, gerentes, diretores e contadores determinarem a melhor conduta, a melhor linha de escolha da empresa, a fim de possibilitarem novas conquistas aos seus funcionários, e também de reciclarem as equipes com a melhor mão-de-obra possível, conduzindo seus funcionários não somente para um melhor desempenho como também a melhor realização pessoal.

Para tanto, há necessidade de analisar, caso a caso, a fim de tanto conceder, quanto obter o melhor de cada um, em qualquer nível de atuação em que se encontre, tendo em vista que, o capital intelectual é a capacidade de cada indivíduo, e este, por ser indivíduo é único, e não pode ser equiparado com uma ferramenta ou máquina, que, ao se tornar obsoleta é substituída por outra mais moderna e que muitas vezes, tem recursos para muitas atividades, embora muitas delas não tenham utilidade imediata para a tarefa a que foi destinada. O valor imaterial dos bens da empresa precisa ser conhecido e divulgado, pois coloca à disposição de todos, conhecimentos relevantes e práticos para o bom exercício profissional e empresarial.

Assim, verifica-se que o capital humano de uma empresa, sendo altamente qualificado e estando sempre atualizado e devidamente motivado, coloca à disposição da empresa ferramentas e tecnologia de última geração, sendo a pedra fundamental da produtividade organizacional. Essa constatação traz acréscimo de valor da empresa, uma vez que é na força de trabalho humano que repousa o desenvolvimento da cadeia produtiva.

Em conclusão, pode-se afirmar que o capital intelectual é a forma mais

importante de produção no século XXI. As empresas devem desenvolver processos formais ou possibilitar que novas tecnologias se ocupem desta matéria. As teorias econômicas começam a refletir esta tendência e durante os próximos anos as unidades empresariais devem ser capazes de transformar a teoria em prática.

Aceitar a existência de um valor ativo intangível no valor de mercado das empresas é estabelecer a realidade do valor do capital humano, que se concretiza pelo conhecimento, experiência, e inovação, que resgata também o valor do trabalho humano concreto, da capacidade humana de transformar saber em mercadoria disponibilizando o conhecimento para produzir valor.

É inegável que a nova economia revelou padrões de empresas até então desconhecidos e que desafiam a contabilidade, conduzindo seus profissionais a refletirem sobre fatos relevantes como: o grande distanciamento que ocorre hoje entre o valor de mercado e o valor contábil das empresas; a inexistência de uniformidade dos princípios contábeis universais capazes de fazer face à multinacionalidade que as empresas vêm adotando como organizações globalizadas, e o alto teor de intangibilidade no real valor das organizações.

Os ativos intangíveis são de difícil avaliação, principalmente na determinação dos fluxos de caixa futuros, mas podem ter seu custo determinado tão precisamente quanto qualquer ativo tangível; embora na prática, ainda sejam tratados como despesas e não capitalizados.

Este é um tema de estudo que precisa ser aprofundado constantemente, analisado caso a caso por contadores e administradores, em especial para que o sistema contábil continue sendo o principal e o mais confiável sistema de informação quantitativo disponível nas organizações.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALMEIDA, M. G. M. Mensuração e avaliação do ativo: uma revisão conceitual e uma abordagem do goodwill e do ativo intelectual. Caderno de Estudos FIPECAFI, v. 9, n. 16, São Paulo, 1997.
- ALVES, Nelson A. O capital intelectual. Banas - "Qualidade". n. 107, abr/2001, p. 38
- ANTUNES, Maria Thereza Pompa. Capital intelectual. São Paulo: Atlas, 2000.
- BARBAIS, Jovana Rufino; SOUSA, Alexandra Pereira de. Capital intelectual: ativo humano como demonstrativo de sucesso para o profissional. 2006. Disponível em: <<http://www.netlegis.com.br/indexRC.jsp?arquivo=/detalhesDestaques.jsp&cod=8159>> Acesso em 23 abr. 2008.
- EDVINSSON, Leif e MALONE, Michael Malone. Capital intelectual. Descobrir o valor real de sua empresa pela identificação de seus valores internos. São Paulo: Makron Books, 1998.
- FINANCIAL ACCOUNTING STANDARDS BOARD - FASB. Exposure draft. Proposed statement of financial accounting standards: disclosure of intellectual capital measurements. Nº. 333-A, 25 fev 1999.
- HENDRIKSEN, E. S.; & BREDAS, M. S. V. Teoria da contabilidade. São Paulo: Atlas, 1999.
- HOOG, Wilson Alberto Zappa. Perícia contábil para avaliação do valor imaterial de clientes/carteira. Revista do CRC-PR, ano 25, n. 126, p. 28-31, mar/2000.
- IUDICIBUS, Sérgio de. Teoria da contabilidade. 2 ed. São Paulo: Atlas, 1987, _____. Teoria da contabilidade. 5 ed. São Paulo: Atlas, 1997.
- RAUPP, Elena Hahn, A Contabilidade e o valor real das empresas mediante identificação dos valores internos. Revista Brasileira de Contabilidade. Ano XXX n. 128, mar./abr. 2001.
- SÁ, Antonio Lopes. Ativo intangível e potencialidades dos capitais. Revista do CRCPR, ano 25, n. 127, p. 42-6, jul/2000.
- SCHIMID, Paulo; SANTOS, José Luiz dos. Avaliação dos ativos intangíveis. São Paulo: Atlas, 2000.
- SVEIBY, Karl E. A nova riqueza das organizações: gerenciando e avaliando patrimônios de conhecimento. Rio de Janeiro: Campus, 1998.
- STEWART, Thomas A. Capital intelectual. A nova vantagem competitiva das empresas. Rio de Janeiro: Campus, 1998.
- STRAIOTO, D. M. G. T. A contabilidade e os ativos que agregam vantagens superiores e sustentáveis de competitividade. O capital intelectual. Revista Brasileira de Contabilidade, ano XXIX. n. 124, Santa Catarina, 2000.
- VIEIRA, Cristiano. Bens intangíveis são tão fundamentais como os clientes. Jornal do Comércio. 28 set. 2005. Disponível em: <<http://www.portaldecontabilidade.com.br/noticias/bensintangiveis.htm>> Acesso em: 24 abr. 2008.
- WERNKE, Rodney; LEMBECK, Marluce. Mensuração de intangíveis. Revista Brasileira de Contabilidade. Ano XXIX, n. 122, mar-abr/2000.