

## **CAPITAL INTELECTUAL: FORMAS DE AVALIAÇÃO E MÉTODOS DE MENSURAÇÃO**

Alexandre do Nascimento

### **RESUMO**

Tratar de um assunto complexo como a estrutura, formas de avaliação e métodos de medição do Capital Intelectual é importante para a resolução de uma das maiores lacunas hoje existentes na contabilidade: a diferença entre valor de mercado e valor contábil. É fato que o valor de mercado das organizações é bem superior ao valor que se têm contabilizado e isto se deve aos ativos intangíveis, como o *goodwill*, mais especificamente o Capital Intelectual. Com o passar dos anos a comunidade empresarial mundial passou a voltar suas atenções para os valores que estavam ausentes na estrutura de ativos das empresas. É cada vez mais evidenciada a enorme diferença entre o valor de mercado e o valor contábil das entidades e este fato foi um dos agentes que fizeram com que o estudo dos intangíveis tomasse volume. Deve ser um trabalho meticuloso e bem estruturado, pois desvenda valores que até pouco tempo atrás não recebiam nenhuma atenção e, como não há um método mais correto para avaliação e mensuração do capital intelectual, cada empresa deve se ater a sua realidade e definir o ponto a que se quer chegar com os resultados dessa avaliação.

Palavras-chave: Ativos Intangíveis, *Goodwill*, Capital Intelectual, Benefícios, Organizações.

### **Abstract**

To treat of a complex subject as the structure, evaluation forms and methods of measurement of the Intellectual Capital is today important for the resolution of one of the largest gaps existent in the accounting: the difference between market value and accounting value. It is fact that the value of market of the organizations is very superior to the value that she have been counting and this is due to the intangible assets, as the goodwill, more specifically the Intellectual Capital. With passing of the years the world business community it started to return their attentions for the values that were absent in the structure of assets of the companies. It is evidenced the enormous difference more and more between the market value and the accounting value of the entities and east fact one of the agents that did was with that the study of the intangible ones took volume. It should be a meticulous work and well structured, therefore it unmasks values that even little time behind didn't receive any attention and, as no there is a more correct method for evaluation and measurement of the intellectual capital, each company owes if detains her reality and to define the point what one want to arrive with the results of that evaluation

Key words: Intangible assets, Goodwill, Intellectual Capital, Benefits, Organizations.

## 1 INTRODUÇÃO

Atualmente os conceitos de ativos intangíveis, *goodwill* e capital intelectual estão cada vez mais presentes nas organizações. Com isto, faz-se necessário que estejam presentes também nas demonstrações contábeis. Como forma de ilustrar o objeto deste estudo, é apresentada a seguinte história:

Era uma vez um jovem casal, ambos sem bens. Unidos pelos laços matrimoniais foram morar em uma casa cedida pelo pai de um deles. Para se sustentar, começaram a produzir pizza e vender nas redondezas. Esta teve grande aceitação, e as pessoas começaram a consumir cada vez mais. A pequena produção teve que ser ampliada e, por falta de espaço, começou a ser entregue a domicílio. Logo, a pequena produção caseira tornou-se uma marca reconhecida associada a um número de telefone.

Um dia o casamento se desfez, e o casal, agora não mais tão jovem, enfrenta um dilema: como repartir o patrimônio? É bem verdade que vários ativos foram incorporados, mas a empresa vale muito mais do que o valor que haviam contabilizado, porque o grande gerador de valor agora é a marca consolidada associada a um número de telefone, e que foi constituída a partir das habilidades de gestão, campanhas de marketing, qualificação da mão-de-obra. Enfim, aspectos que agregam valor para a empresa, mas que são de difícil quantificação.

Hoje, dentre os ativos intangíveis conhecidos pela contabilidade encontram-se as marcas e patentes de invenção e os direitos autorais. É de conhecimento de todos que existem também outros intangíveis que, apesar de ainda não terem sido significativamente mensurados, contribuem para o resultado das organizações, como o *goodwill* e o capital intelectual. Ambos representam um conjunto de benefícios intangíveis. A aplicação do conhecimento vem impactando sobremaneira o valor das entidades. É grande a necessidade de novas formas de avaliação do valor das empresas, pois nem sempre todos os valores que são inerentes à organização são visualizados nas demonstrações contábeis.

Justifica-se a importância deste tema, da mesma forma como se justifica a importância dos intangíveis, como o *goodwill* e mais especificamente o capital intelectual para o sucesso das organizações

## 2 FERRAMENTAS PARA MEDIR E GERENCIAR O CAPITAL INTELECTUAL

A avaliação da aquisição e uso dos ativos do conhecimento desperta grande interesse por parte das organizações. Este tema depende de se encontrar alternativas criteriosas de avaliá-lo e mensurá-lo e correlacionar com os resultados financeiros que sua aplicação traz para a entidade. Segundo versa Stewart (1998, p. 199) a esse respeito:

Os dados que desejamos deveriam, em primeiro lugar, permitir que a gerência avaliasse o desempenho a cada ano – medisse o progresso em direção às metas – e, em segundo lugar e ainda mais difícil, permitir comparações entre empresas. Sem dúvida a avaliação de ativos do conhecimento deve ser imprecisa, mas também há muita adivinhação nos números “isolados”. Se o processo de avaliação de tangíveis fosse a prova de erros, as empresas nunca teriam que baixar contabilmente esses ativos ou discutir com as autoridades fiscais se a vida útil desses ativos (e, conseqüentemente, seu índice de depreciação) deve ser de cinco, dez, vinte ou mais anos. Para ser mais exato, a experimentação entusiasmada de medições é a melhor forma de aprimorá-las.

De acordo com o citado, é imprescindível que sejam feitas medições, mesmo que experimentais, acerca dos ativos do conhecimento. Dado ao fato de que as empresas perceberam que essa mensuração pode significar uma maior valorização do seu ativo e, por conseqüência, da empresa como um todo. Existem alternativas do tipo tentativa e erro para avaliar o capital intelectual. Valores em real podem ser atribuídos à marca e aos grupos de clientes, por exemplo.

### 2.1 RAZÃO VALOR DE MERCADO/VALOR CONTÁBIL

Quem define o valor é o comprador e não o vendedor. Uma coisa vale o que alguém está disposto a pagar por ela. Portanto, uma empresa vale o que o mercado de ações determina, conforme evidenciado no Quadro 1:

Preço da Ação
X
Número total de ações em circulação
=
Valor de mercado

#### **Quadro 1: Esquema para Valor de Mercado**

Fonte: Adaptado pelo autor com base em Stewart (1998, p. 201)

A medida mais simples do capital intelectual é a diferença entre seu valor de mercado e seu patrimônio contábil. O valor contábil pode ser encontrado nos relatórios contábeis. Se a *Microsoft* vale US\$ 85,5 bilhões e seu valor contábil é US\$ 6,9 bilhões, então seu capital intelectual é de US\$ 78,6 bilhões<sup>1</sup>.

Dessa forma, a premissa é de que tudo o que resta no valor de mercado depois da contabilização dos ativos tangíveis corresponde aos intangíveis.

Se o valor de uma empresa é maior do que o valor que os acionistas possuem, faz sentido atribuir essa diferença ao capital intelectual, uma vez que os capitais humano e do cliente pertencem à empresa, seus colaboradores e clientes.

Ocorre que o método de mensuração apurado pela razão valor de mercado/valor contábil apresenta três problemas:

- a) O mercado de ações é volátil e responde, muitas vezes, de forma bastante enfática, a fatores inteiramente fora do controle da gerência. Se a diretoria do *Federal Reserve* (órgão norte-americano equivalente ao COPOM – Comitê de Política Monetária do Brasil) eleva as taxas de juros e as ações da *Microsoft* caem 5%, isso significa que o valor do seu capital intelectual também caiu? Se uma empresa é negociada abaixo do seu valor contábil – como acontece algumas vezes – isso significa que não possui ativos intelectuais?
- b) Há indícios de que tanto o valor contábil, quanto o valor de mercado, em geral, são subestimados. Para encorajar as empresas a investir em novos equipamentos, as leis da Receita Federal dos Estados Unidos permitem deliberadamente que elas depreciem seus ativos mais rapidamente do que seu índice real de depreciação; e as empresas podem (dentro de certos limites) manipular os métodos de depreciação, a fim de fazer com que os lucros pareçam maiores ou menores do que realmente são. Como o lado direito do balanço patrimonial (passivo + patrimônio líquido dos acionistas ou sócios) deve ser igual ao lado esquerdo (representado pelos ativos), subestimar ativos resulta em uma desvalorização correspondente do valor contábil. A subestimativa de valores de mercado aparece quando as empresas são compradas. Amigáveis ou não, as aquisições quase sempre comprometem a capitalização de mercado. Por exemplo, as ações da *Duracell International* estavam sendo negociadas a US\$ 49,00 em 11 de setembro de 1996; no dia seguinte a *Gillette* ofereceu US\$ 60,00 por ação para comprar a empresa;

---

<sup>1</sup> STEWART, Thomas A. **Capital Intelectual – A Nova Vantagem Competitiva das Empresas**. São Paulo: Campus, 1998.

- c) Embora seja gentil afirmar que a *Microsoft* possui US\$ 78,6 bilhões em ativos intangíveis, o que isso quer dizer? O que um gerente ou investidor tem a ver com essa informação?

A forma de aumentar a confiabilidade e utilidade da diferença entre o valor de mercado e o valor contábil é analisar a razão entre os dois valores, e não os números absolutos. É possível então comparar uma empresa com concorrentes semelhantes ou com a média do setor, além de fazer comparações anuais entre as razões. Já que fatores exógenos como taxas de juros ou previsões de alta ou queda do mercado de ações provavelmente afetam todas as empresas de um setor de forma mais ou menos semelhante, esses boatos são filtrados, e os gerentes e investidores podem aferir, embora de forma aproximada, o desempenho de uma empresa com suas rivais. Uma razão valor de mercado/valor contábil decrescente (ao longo do tempo ou comparada aos concorrentes) atuaria como um alerta.

## 2.2 VALOR DO INTANGÍVEL CALCULADO

Uma forma de atribuir valor aos ativos intangíveis foi desenvolvida pela *NCI Research* em *Evanston, Illinois*, afiliada à *Kellogg School of Business* na *Northwestern University*<sup>2</sup>. A *NCI* chegou à questão da avaliação de intangíveis em consequência de seu interesse em ajudar as cidades a estimular novas empresas que fazem uso intensivo do conhecimento. Investidores como bancos hesitam em investir dinheiro em empresas que possuem um número reduzido de ativos tangíveis como caução. Se fosse possível encontrar uma forma de atribuir valor monetário aos intangíveis, imaginou James Peterson, presidente da *NCI*, ficaria mais fácil para obter recursos dos bancos.

Thomas Parkinson, líder de projeto da *NCI*, administra a *Evanston Business Investment Corp.*, especializada em contribuições iniciais a projetos de longo prazo e que investiu em inúmeras empresas de alta tecnologia, principalmente em novas empresas. O grupo de Parkinson pressupôs que – como foi feito com a razão valor de mercado/valor contábil e o “*q* de Tobin” – “o valor de mercado de uma empresa reflete não somente seus ativos físicos tangíveis, mas um componente que pode ser atribuído aos ativos intangíveis da empresa”. Para identificar os ativos que criam esse valor adicional, o grupo adaptou um método utilizado para avaliar o valor da marca: as marcas conferem benefícios econômicos (poder de preço, alcance de distribuição, maior capacidade de lançar novos produtos, como

---

<sup>2</sup> STEWART, Thomas A. **Capital Intelectual – A Nova Vantagem Competitiva das Empresas**. São Paulo: Campus, 1998.

ampliações de linhas) que proporcionam aos seus proprietários um retorno sobre os ativos mais alto do que os concorrentes que não são proprietários das marcas.

Parkinson, Peterson e suas equipes aplicaram esse pensamento à empresa como um todo: o valor de ativos intangíveis é igual à capacidade de uma empresa superar o desempenho de um concorrente médio que possui ativos tangíveis semelhantes. A Tabela 1 lista os valores e percentuais utilizados no cálculo do modelo Valor do Intangível Calculado, tendo como exemplo a *Merck & Co.*, uma empresa norte-americana do ramo farmacêutico:

**Tabela 1 – Valor do Intangível Calculado - Merck**

EVENTO	VALOR
Receitas antes da Tributação referente a três anos	US\$ 3,694 bi
Média de Ativos Tangíveis referente a três anos	US\$ 12,953 bi
Retorno sobre os Ativos	29%
Retorno médio sobre os Ativos do Setor Farmacêutico	10%
Retorno em “excesso”	US\$ 1,2953 bi
Excesso	US\$ 2,3900 bi
Percentual médio de Imposto de Renda nos três anos	31%
Imposto de Renda X Excesso	US\$ 740,9 mi
Retorno em “excesso” após a tributação	US\$ 1,6500 bi
Valor presente líquido do prêmio (valor intelectual)	US\$ 11 bi

Fonte: Adaptado pelo autor com base em Stewart (1998, p. 204)

Faz-se necessário um comentário mais completo de como o método funciona, usando a *Merck & Co.* como exemplo:

- a) Oriundo do Demonstrativo de Resultados, soma-se valor das receitas antes da tributação referente a três exercícios. No caso da Merck: US\$ 3,694 bilhões;
- b) Com base no Balanço Patrimonial calcula-se a média de ativos tangíveis no final do ano referente a três exercícios: US\$ 12,953 bilhões;
- c) Em seguida faz-se a divisão do valor das receitas pelos ativos para obter o retorno sobre os ativos. Retorno sobre os ativos:  $3,694 / 12,953 = 29\%$ . Esse percentual é resultado de quanto retorno é proporcionado à empresa (receita) pelos valores que estão aplicados em seu ativo;
- d) Para o mesmo período de três anos, há que se destacar o retorno médio sobre os ativos do setor. A *NCI* usou valores do *Annual Statement Studies* da *Robert Morris Associates* para empresas com o mesmo código da *Standard Industrial Classification*. Para a indústria farmacêutica, esse índice é de 10%. Se o retorno sobre os ativos da empresa for

inferior à média, o método do Valor do Intangível Calculado não é aplicável. Retorno sobre os Ativos do Setor Farmacêutico, valor pesquisado = 10%;

- e) O próximo passo é calcular o “retorno em excesso”. Multiplicar a média de retorno sobre os ativos do setor (10%) pela média de ativos tangíveis da empresa (US\$ 12,953 bilhões). Retorno em “excesso” =  $0,10 \times 12,953 = \text{US\$ } 1,2953$  bilhão. O resultado mostra o ganho médio que uma empresa farmacêutica deveria ter com esse valor de ativos tangíveis. De forma subsequente deve-se subtrair esse valor das receitas antes da tributação da empresa, que foi obtido na primeira etapa (US\$ 3,694 bilhões). Excesso =  $3,694 - 1,2953 = \text{US\$ } 2,39$  bilhões. No caso da Merck, o excesso é de US\$ 2,39 bilhões. Esse é o valor adicional das receitas da empresa provenientes de seus ativos em relação à média da indústria farmacêutica;
- f) Na seqüência deve-se calcular o percentual médio do imposto de renda no período de três exercícios e multiplicar esse valor pelo excesso. No caso da Merck, percentual médio de imposto de renda: 31%. Cálculo:  $0,31 \times 2,39 = \text{US\$ } 740,9$  milhões. Depois, subtrair o resultado do retorno em excesso para obter o valor após a tributação. Cálculo:  $2,39 - 0,7409 = \text{US\$ } 1,65$  bilhão. Esse é o prêmio a ser atribuído aos ativos intangíveis, US\$ 1,65 bilhão;
- g) Por último, há necessidade de calcular o valor presente líquido do prêmio. Para isso, divide-se o prêmio por um percentual apropriado, por exemplo, o custo de capital da empresa. Valor presente líquido do prêmio =  $1,65 / 0,15 = \text{US\$ } 11$  bilhões. Utilizando um índice percentual escolhido arbitrariamente de 15%, o resultado, no caso da Merck, é de R\$ US\$ 11 bilhões.

Quanto ao custo de capital, percentual utilizado para cálculo deste modelo de mensuração do capital intelectual, significa que os proprietários ou terceiros, ao investir ou aplicar recursos em determinada entidade, exigem um retorno mínimo a título de remuneração do capital que foi investido. A taxa de captação dos recursos disponibilizados à empresa, levado em conta o Princípio da Entidade, indica o custo do capital, que representa a taxa de financiamento da empresa.

Segundo versam os Princípios Fundamentais e Normas Brasileiras de Contabilidade a respeito do Princípio da Entidade (2006, p. 12):

O Princípio da Entidade reconhece o Patrimônio como objeto da Contabilidade e afirma a autonomia patrimonial, a necessidade da diferenciação de um Patrimônio particular no universo dos patrimônios existentes, independentemente de pertencer a uma pessoa, um conjunto de pessoas, uma sociedade ou instituição de qualquer natureza ou finalidade, com ou sem fins lucrativos. Por consequência, nesta acepção, o Patrimônio não se confunde com aqueles dos seus sócios ou proprietários, no caso de sociedade ou instituição [...]

De acordo com a asserção, é imprescindível que sejam segregados os recursos da pessoa física do sócio da pessoa jurídica da entidade, em consonância com os Princípios Fundamentais de Contabilidade. Essa segregação deve ser seguida também na definição do custo de capital da empresa, onde os recursos empregados na entidade, sob a forma de investimento dos proprietários ou recursos captados no mercado financeiro ou através de empréstimos, são ponderados através da média do percentual de cada fonte desses recursos. Este valor de US\$ 11 bilhões é o VIC - Valor Intangível Calculado dos ativos intangíveis da Merck, e que não aparece no balanço. Não se trata de seu valor de mercado. O valor de mercado é mais alto (a capitalização de mercado da Merck menos os ativos intangíveis é US\$ 45,6 bilhões<sup>3</sup>), em parte porque reflete o que custaria a um comprador criar esses ativos a partir do zero. Segundo a *NCI*, essa é uma medida da habilidade de uma empresa de usar seus ativos intangíveis para superar o desempenho de outras empresas em seu setor. Isso transforma esse valor em um número que deve interessar aos gerentes.

Um bom recurso do Valor Intangível Calculado é a possibilidade de comparações entre empresas usando dados financeiros auditados. Empresas privadas também podem utilizar esse fator, comparando seu próprio desempenho ao de suas “irmãs” do setor público; e, usando valores internos, uma unidade de negócios como a *GE Appliances* poderia comparar seus intangíveis aos de concorrentes como a *Whirlpool*.

O Valor Intangível Calculado também pode ser usado para comparar divisões ou unidades de negócio de uma empresa, desde que atuem no mesmo setor. Além disso, um Valor Intangível Calculado baixo ou decrescente poderia indicar que a empresa está gastando demais em tijolos e argamassa e não está investindo o suficiente em pesquisa ou criação da marca. Um Valor Intangível Calculado crescente pode ajudar a mostrar que uma empresa ou divisão está gerando a capacidade de produzir futuros fluxos de caixa.

Ao longo do tempo, a avaliação de intangíveis pelo mercado (razão valor de mercado/valor contábil ou o “*q* de Tobin”) deve ser paralela ao Valor Intangível Calculado. É possível traçar os dois valores para o mesmo gráfico. A *NCI* fez isso para 23 pequenas empresas que recentemente haviam aberto seu capital. Um padrão notável, embora variável, surge. Primeiro, sempre que o Valor Intangível Calculado diminuiu, a razão valor de mercado/valor contábil (e o preço da ação) também caiu. Mas quando o valor de mercado de intangíveis caiu e o Valor Intangível Calculado estava aumentando, na maioria dos casos, isso indicou uma oportunidade de compra. Essa é outra forma de dizer que, quando o preço da

---

3 STEWART, Thomas A. **Capital Intelectual – A Nova Vantagem Competitiva das Empresas**. São Paulo: Campus, 1998.

ação se aproxima do valor contábil, vale a pena prestar atenção nessa empresa, embora com uma exceção: saber que o Valor Intangível Calculado de uma empresa poderia ajudá-lo a avaliar se uma razão preço/valor contábil reflete uma empresa em extinção ou uma empresa rica em valor oculto, que ainda não se refletiu nas ações.

### 2.3 MODELO DE MENSURAÇÃO DO CAPITAL INTELECTUAL DO GRUPO SKANDIA

A Skandia é o quarto maior grupo financeiro do mundo e o maior da Escandinávia e vem atuando na área de prestação de serviços financeiros e de seguros e sua matriz se encontra na Suécia. Opera em 23 países, organizado em três áreas estratégicas: *Long-Term Savings*, *Asset Management* e *Property & Casualty Insurance*. Tem como principal objetivo a criação de valor para seus acionistas por meio do foco em seus clientes, pela oferta de serviços inovadores, pelo aumento da produtividade e eficiência.

Nos últimos anos, o Grupo Skandia vem despertando o interesse dos meios acadêmicos, empresarial e da mídia, por ter sido o primeiro grupo a divulgar um relatório contendo informações sobre a avaliação do capital intelectual de suas empresas. O relatório foi distribuído aos acionistas em 1995, como um suplemento das demonstrações financeiras referentes a 1994.

O modelo desenvolvido pelo grupo foi motivado pela percepção de seus diretores, principalmente Jan Carendi e Leif Edvinsson, no início da década de 80, de que o poder competitivo de uma empresa residia cada vez menos nos ativos contábeis tradicionais e cada vez mais em fatores subjetivos até então não mensurados. Dessa forma, partiram em busca daquilo que, nas palavras de Jan Carendi, (Edvinsson e Malone, 1998 apud ANTUNES, 2000, p. 92) representa “um conjunto novo, holístico e mais equilibrado de instrumentos para impulsionar o crescimento da Skandia”.

Dessa forma, o Grupo Skandia foi o pioneiro no estudo mais aprofundado da avaliação e mensuração dos ativos intangíveis, mais especificamente do capital intelectual, apresentando relatório suplementar às demonstrações contábeis.

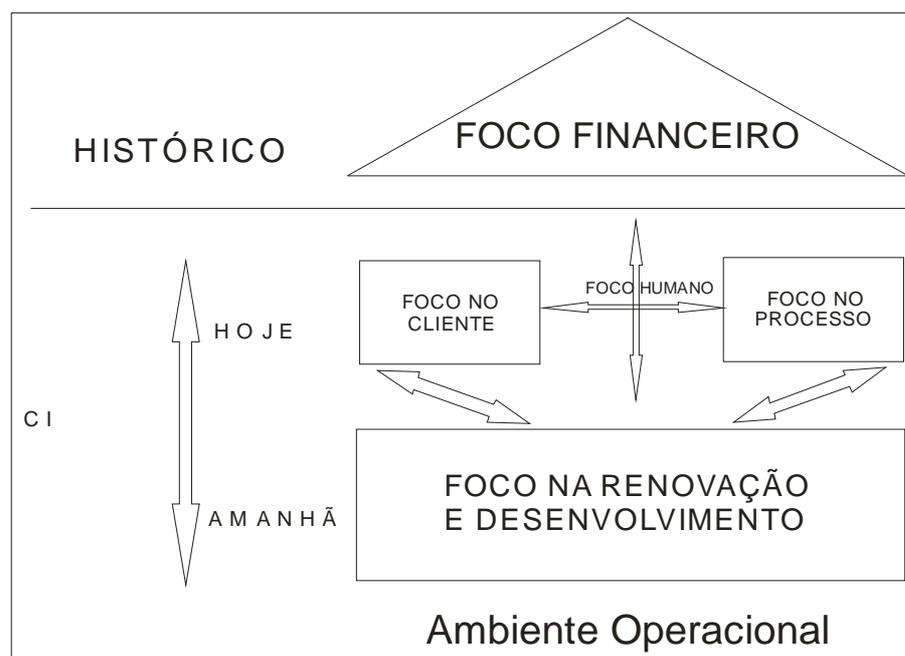
A idéia do Navegador do Capital Intelectual, como foi chamado, surgiu do desejo de juntar cinco áreas de foco do estudo dos ativos intangíveis, mostrando como elas interagem e, também, como se localizam no eixo do tempo da vida operacional da empresa.

A equipe de Edvinsson identificou certos valores de sucesso que deveriam ser maximizados e incorporados à estratégia organizacional. Esses fatores foram agrupados em cinco áreas distintas de foco:

- a) área de foco financeiro;
- b) área de foco de clientes;
- c) área de foco de processo;
- d) área de foco de renovação e desenvolvimento;
- e) área de foco humano.

Por fim, dentro de cada uma dessas áreas de foco, foram estabelecidos indicadores que permitem medir seu desempenho. A combinação dessas cinco áreas culminaram em um relatório que aponta para diversos aspectos que dão o caráter dinâmico, por isso o relatório foi denominado de Navegador.

A figura 1 apresenta o formato do Navegador:



**Figura 1 - Modelo do Navegador da Skandia**

Fonte: Antunes (2000, p. 98)

De acordo com o modelo do Navegador, que se assemelha a uma casa, os executores o explicam por meio de metáforas. A casa representa a própria organização; o telhado é o sítio constituído pelo Foco Financeiro, representando o passado da empresa por meio das Demonstrações Financeiras tradicionais. Conforme se adentra na casa têm-se contato com o presente da empresa, representado pelo Foco no Cliente e Foco no Processo. A base do triângulo é voltada para o futuro e representa o alicerce da casa, que é o Foco na Renovação e Desenvolvimento. Por último, e na região central da casa, dando suporte aos demais focos, encontra-se o Foco Humano, a única força ativa da organização.

NASCIMENTO, Alexandre do. Capital intelectual: formas de avaliação e métodos de mensuração.  
**Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v.1, n.3, p.01-15, Sem I. 2008  
ISSN 1980-7031

Cabe ressaltar que o modelo de avaliação e mensuração do capital intelectual do Grupo Skandia é um marco histórico no avanço da forma de divulgação das informações.

### 3 CONCLUSÃO

O processo de avaliação e mensuração do Capital Intelectual é um trabalho que requer muito esmero em sua consecução, visto ser um tema ainda muito subjetivo para a contabilidade, em relação ao seu propósito primordial que é avaliar e gerir o patrimônio das organizações.

Existem hoje muitas formas de avaliação dos ativos tangíveis, várias maneiras com as quais as empresas podem mensurar o capital intelectual que está ausente em sua estrutura de ativos. Ainda assim encontram-se alguns métodos de, cada um ao seu modo e voltado ao seu foco, vêm tentar dirimir a questão da diferença entre o valor de mercado e o valor contábil das organizações.

Independentemente do método que for ser aplicado, é de suma importância que exista um trabalho eficiente de gerenciamento dos ativos intangíveis, em especial, do capital intelectual dentro das organizações, caso queiram ser mais valorizadas no mercado. Não basta apenas possuir pessoal capacitado e experiente, existe a necessidade imprescindível de que estes bens intangíveis sejam geridos da melhor forma possível, principalmente no sentido das pessoas se sentirem valorizadas.

Incontáveis são os benefícios que a avaliação e mensuração do capital intelectual podem gerar para as organizações. A consecução dos objetivos ora traçados torna-se mais ágil, possibilita planejamento de pesquisa e desenvolvimento voltado à manutenção do ativo intangível do capital intelectual, otimização significativa do valor da empresa como um todo, a qual se torna fundamental para a sobrevivência da entidade no mercado. Vários são os usuários das informações contábeis, internos e externos e, por conseqüência, o trabalho minucioso feito com o capital intelectual é de suma importância para a tomada de decisão por parte dos administradores, bem como para decisões de investimento dos investidores.

Quanto ao casal, citado no início deste objeto de estudo, de posse dessas informações, puderam fazer da melhor forma possível a partilha dos bens adquiridos durante a existência da empresa, tanto os bens tangíveis, quanto os intangíveis. Dessa forma, não só a empresa em si ganhou mais valor, ambos, na qualidade de sócios, obtiveram um retorno superior ao almejado.

É isto que as empresas modernas estão procurando nos dias de hoje, maior valorização para a entidade como um todo. O Capital Intelectual vem a favorecer consideravelmente esse processo. Trata-se não só de revelar a lacuna entre valor de mercado e valor contábil, é uma questão de fornecer a devida importância ao fator de produção dos séculos que se virão, ao

NASCIMENTO, Alexandre do. Capital intelectual: formas de avaliação e métodos de mensuração.  
**Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v.1, n.3, p.01-15, Sem I. 2008  
ISSN 1980-7031

conjunto de experiência, estudo, capacidade de aprendizado, relacionamento com os clientes, dentre outros agentes que, em conjunto vem a integrar um dos mais novos componentes do ativo das empresas: o Capital Intelectual.

NASCIMENTO, Alexandre do. Capital intelectual: formas de avaliação e métodos de mensuração. **Revista Interdisciplinar Científica Aplicada**, Blumenau, v.1, n.3, p.01-15, Sem I. 2008  
ISSN 1980-7031

## **REFERÊNCIAS**

ANTUNES, Maria Thereza Pompa. **Capital Intelectual**. 1. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

ANTUNES, Maria Thereza Pompa; MARTINS, Eliseu. Capital Intelectual: Verdades e Mitos. **Revista Contabilidade & Finanças**. São Paulo, n. 29, p. 41-54, ago. 2002.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE. **Princípios Fundamentais e Normas Brasileiras de Contabilidade**. Brasília, 2006.

COSTI, Ana Maria Mallman; et al. **Valoração de Soluções em Tecnologia da Informação com base no Conceito de Capital Intelectual**. Disponível em <[www1.serpro.gov.br/publicacoes/gco\\_site/m\\_capitulo05.htm](http://www1.serpro.gov.br/publicacoes/gco_site/m_capitulo05.htm)> Acesso em 02 mai. 2007.

STEWART, Thomas A. **Capital Intelectual: A Nova Vantagem Competitiva das Empresas**. 4. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

## **DIAGRAMAS, QUADROS E TABELAS**

### **Quadro 1: Esquema para Valor de Mercado**

Fonte: Adaptado pelo autor com base em Stewart (1998, p. 201)

### **Tabela 1 – Valor do Intangível Calculado - *Merck***

Fonte: Adaptado pelo autor com base em Stewart (1998, p. 204)

### **Figura 1 - Modelo do Navegador da Skandia**

Fonte: Antunes (2000, p. 98)