

A IMPORTÂNCIA DO RECONHECIMENTO DO CAPITAL INTELECTUAL PARA O PROGRESSO DAS EMPRESAS

Natalia de Melo Coimbra¹; José Alexandre Von Bloedau²; Claudia Marina M. Rocha³

Estudante do Curso de Ciências Contábeis; e-mail: natalia.dmc@outlook.com¹

Professor da Universidade de Mogi das Cruzes; e-mail: josealexandre@umc.br²

Professor da Universidade de Mogi das Cruzes; e-mail: claudiarocha@umc.br³

Área do Conhecimento: Ciências Contábeis, Administração

Palavras-chave: Capital Intelectual; Gestão do Conhecimento; Ativo Intangível

INTRODUÇÃO

Após a década de 70, ocorreu a transição do período da Era Industrial (terra + capital) para a Era do Conhecimento (Agilidade + competência + Intelecto), sendo nesta os ativos intangíveis, que são bens rentáveis e imateriais, de muito mais valor que os tangíveis, valorizando assim o oposto das empresas na década de 70, ou seja, se antes as máquinas e galpões representavam prosperidade, agora a capacidade dos indivíduos que nestas trabalhavam e o peso do valor agregado aos produtos representavam muito mais.

Na sociedade do conhecimento, o verdadeiro investimento se dá cada vez menos em máquinas e ferramentas e mais no conhecimento do trabalhador. Sem este conhecimento, as máquinas são improdutivas, por mais avançadas e sofisticadas que sejam (DRUCKER, 1998, p.161).

Segundo Stewart (1998), esta mudança de Era e perspectiva teve um impacto considerável tanto nas empresas, trazendo uma nova visão de administração, gerenciamento e investimentos, quanto na contabilidade, que agora se defrontava em formas de se mensurar este ativo intangível. De acordo com Brookings (1996) O investimento nos agentes de uma empresa como um ativo, ou seja, um bem rentável, se intitulou de capital intelectual tornando-se este um patrimônio formado pela combinação de ativos intangíveis derivados de mudanças nas áreas de tecnologia, informação e comunicação que trazem benefícios intangíveis para as empresas e que capacitam seu funcionamento. Quanto na contabilidade, o capital intelectual ainda não consegue ser mensurado com tanta clareza, pois se torna mais complexo sua contabilização sendo que sua ciência não dispõe de ferramentas ou indicadores que possibilitem a mensuração do desempenho da gestão do conhecimento. Contudo, como já relatado por Costi et al. (2013) esta objeção não deve preocupar as empresas pelo fato de não ser possível obter imediatamente um valor real do retorno financeiro, mas sim de incentivá-las a investir cada vez mais neste recurso que vem se tornando uma das peças fundamentais no progresso de diversas empresas como Google e Apple.

OBJETIVOS

Desvendar e demonstrar as vantagens e benefícios que as empresas colhem ao reconhecer e investir no Capital Intelectual. Expor a vantagem competitiva das empresas que investem em capital intelectual.

METODOLOGIA

Para seu desenvolvimento foram coletados dados que possibilitaram a comparação da divergência entre o valor contábil e o valor de mercado das empresas. As informações foram retiradas por meio da leitura e absorção de conteúdo como o de livros, trabalhos acadêmicos, revistas científicas e a coleta de dados através de sites que também abordaram o assunto de forma especializada e fidedigna as suas menções. Este trabalho exploratório tendeu para uma linha de abordagem de estudo de caso que de acordo com Yin 1989, apud Yin, 1981a, 1981b:

... é uma inquirição empírica que investiga um fenômeno contemporâneo dentro de um contexto da vida real, quando a fronteira entre o fenômeno e o contexto não é claramente evidente e onde múltiplas fontes de evidência são utilizadas.

O problema a ser solucionado por este estudo é: Quais os benefícios que as empresas adquirem ao reconhecerem e investirem em capital intelectual como um ativo intangível?

RESULTADOS E DISCUSSÃO

Segundo Brooking (1996), as mudanças que ocorreram na estrutura das empresas em todos os âmbitos se voltam cada vez mais para a utilização da Tecnologia, Telecomunicações, Informação e em pessoal capacitado para a utilização desses dispositivos para alcançar estas necessidades cada vez mais frequentes e moderadoras do mercado. A Autora ainda cita cinco aspectos advindos dessa transição de Eras, que se tornariam uma base para a contabilidade poder compreender em seus estudos de Capital Intelectual, que são: Mudança no conceito de espaço físico; Patente de tecnologia; Criação de novos serviços; Valorização da Marca e Merchandising de intangíveis. Para que a contabilidade continuasse cumprindo sua função principal, que é a de demonstrar o patrimônio real da empresa, ela teve que se adaptar a nova Era do Conhecimento e demonstrar através de suas análises e balanços o valor que cada aspecto citado acima valia para a corporação, e mesmo com o desenvolvimento de diversos materiais sobre este tema a contabilidade ainda não consegue demonstrar com clareza esses valores fazendo desta forma o valor contábil das empresas serem até mesmo duas vezes menor que o de mercado, resultando em números não reais apresentados pela contabilidade. É importante lembrar que o valor intangível não é o único que causa essa diferença, mas que com certeza é o mais exorbitante.

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).

Para a constatação deste mencionado, foram selecionadas duas empresas de mesma atuação no mercado atual, Google e Sony que atuam na área de Desenvolvimento e Tecnologia e disputam por espaço no mercado com produtos de mesma finalidade como sistemas e aplicativos. Para esta breve defrontação foram utilizados dois valores específicos, o valor que as empresas desembolsam com desenvolvimento e pesquisa (P&D) designada para a obtenção de qualidade e produtividade dos produtos, processos e serviços (dados coletados na data de 31/12/2015), e o valor do ativo do balanço patrimonial das empresas. De acordo com os dados apresentados chegamos ao entendimento de que a empresa Google, que investiu no tópico Despesas com Desenvolvimento e Pesquisa (P&D), teve seu valor de mercado muito superior à da

Sony que mesmo tendo seu valor de Ativo mais alto que o Google, ainda assim continuou bem abaixo da concorrente de acordo com a revista Forbes.com em questão de seu valor de mercado, levando em conta nesse caso de que o investimento da Sony no tópicos Despesas com Desenvolvimento e Pesquisa (P&D) foi de zero. Expondo estes fatos chegamos à conclusão de que investimento em pesquisas e desenvolvimento financiados pela corporação, gera retorno de investimento para a empresa tornando-a mais valiosa, mantendo-a atenta quanto à valorização do capital intelectual, ajudando a monitorar e adequar o conhecimento, as habilidades e as informações no ambiente organizacional.

CONCLUSÕES

Conclui-se com os dados e afirmações presentes neste trabalho que o investimento na capacidade dos colaboradores, gestores e a introdução dos novos conceitos que regem a chamada Era Conhecimento, tem a capacidade de influenciar significativamente o valor que a companhia terá perante o mercado, trazendo a ela maior prestígio no seu campo de atuação e vantagem competitiva. Mas permanece evidente também a falta de ferramentas por parte da contabilidade para poder representar em seus balanços e demonstrativos o valor que é gerado através desses investimentos e adequações. O conceito e estudo do Capital Intelectual manifesta-se para amenizar essa carência da contabilidade, sendo explorada dentro de seus limites para poder continuar a cumprir sua função principal dentro das corporações, a de demonstrar e apresentar os reais valores pertencentes aquela empresa.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

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

COSTI, Ana Maria Mallman et al.. **Gestão do Conhecimento**. *Serpro*, 2013. Disponível em: <http://www1.serpro.gov.br/publicacoes/gco_site/m_capitulo05.htm>. Acesso em: 14 de maio de 2016.

DRUCKER, P. F. **Administrando em tempos de grandes mudanças**. Tradução de Nivaldo Montinguelli Jr. 5. ed. São Paulo: Pioneira, 1998.

EDVINSSON, Leif. MALONE, Michael S. **Capital intelectual: descobrindo o valor real de sua empresa pela identificação de seus valores internos**. São Paulo: Makron Books, 1998.

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

YIN, Robert K. **Case study research: design and methods**. Sage Publications Inc., USA, 1989.