



**UNIVERSIDADE FEDERAL DE CAMPINA GRANDE**  
**CENTRO DE CIÊNCIAS JURÍDICAS E SOCIAIS**  
**CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**



**JARLIANE KELE BEZERRA**

**EVIDENCIAÇÃO DO CAPITAL INTELECTUAL: UM ESTUDO NA WHIRLPOOL S/A  
CLASSIFICADA PELA REVISTA EXAME COMO A MELHOR EMPRESA PARA SE  
TRABALHAR NO ANO DE 2010**

**SOUSA – PB**

**2011**



Biblioteca Setorial do CDSA. Janeiro de 2023.

Sumé - PB

Bezerra, Jarliane Kele

Evidenciação do Capital Intelectual: Um Estudo na Whirlpool S/A Classificada pela Revista Exame como a Melhor Empresa para se Trabalhar no Ano de 2010. Jarliane Kele Bezerra. – Sousa, 2011.

Orientador: Prof. Fabiano Ferreira Batista

Monografia (Curso de Graduação em Ciências Contábeis)

- Universidade Federal de Campina Grande - PB

Bezerra, Jarliane Kele

Evidenciação do Capital Intelectual: Um Estudo na Whirlpool S/A Classificada pela Revista Exame como a Melhor Empresa para se Trabalhar no Ano de 2010. Jarliane Kele Bezerra. – Sousa, 2011.

Orientador: Prof. Fabiano Ferreira Batista

Monografia (Curso de Graduação em Ciências Contábeis)  
- Universidade Federal de Campina Grande - PB

JARLIANE KELE BEZERRA

EVIDENCIAÇÃO DO CAPITAL INTELECTUAL: UM ESTUDO NA WHIRLPOOL S/A  
CLASSIFICADA PELA REVISTA EXAME COMO A MELHOR EMPRESA PARA SE  
TRABALHAR NO ANO DE 2010

Esta monografia foi apresentada em 05 de dezembro de 2011, como requisito para a obtenção do grau de bacharel em Ciências Contábeis, e aprovada em sua forma final pela Banca Examinadora designada pela Coordenação do Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Campina Grande – UFCG.

BANCA EXAMINADORA

---

Prof. Fabiano Ferreira Batista - Orientador

---

Prof. Raquel

---

Prof. Vorster

A Deus, que me ensina a aceitar as pessoas  
e as coisas, a falar o necessário, a ouvir o  
importante e a realizar o fundamental.

Dedico

## AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus pelas oportunidades que me foram dadas na vida, por depositar em mim coragem e perseverança para poder realizar mais essa etapa, pelos momentos difíceis que vivi, eles foram matéria prima fundamental para o aprendizado que tenho hoje.

A toda minha família por torcer e acreditar na realização desse sonho. Em especial, a minha querida Mãe, Maria Valburga, pela educação, pelo incentivo, por todo amor e confiança dedicados a mim, pelo exemplo de Mãe e mulher e por ter me fornecido condições para me tornar a pessoa que sou hoje.

As minhas irmãs Jamilly Beliza, pelo exemplo de disciplina e dedicação, Jackstefanny Monelly pelo cuidado e meiguice, ao meu irmão, João Batista pelo seu carinho, atenção e inocência.

Ao professores em especial meu orientador e amigo, Fabiano Ferreira Batista, pelas suas sábias observações, sempre muito paciente e prestativo, e que não hesitou em me dizer um "sim" quando eu mais precisava, a Fábio Lira pelo exemplo de profissional, a Josicarla Santiago, Harlan Herculano, e a Janaína Melo pela simpatia e alegria, e Alan Sarmento pela sabedoria e admiração. De todos esses levarei aprendizado profissional e pessoal.

A UFCG, onde encontrei um ambiente acolhedor para o início da realização de um sonho.

Aos colaboradores do Campus pela simpatia e atenção, Remédios, Eliane e Patrícia.

Aos colegas de classe, com os quais muito aprendi em especial Iaponyra, Joelha, Caline, Mirelle, Valdênio, Renata, Gabriela e Fernando de Sousa, com quem vivi muitas alegrias.

Aos muitos amigos que conquistei durante esse curso, em especial Alana, Ragner, Águida, Ricardo, Lorena, Alinne, Mauro, Dani, Mirelle, Daniele Lucena, Gustavo, e Sérgio, pessoas muito especiais, as quais levarei por toda a vida.

Aos colegas de trabalho, em especial ao meu Gerente Demilton Duarte, que sem hesitar, me permitiu dedicar a conclusão desse curso.

O meu profundo agradecimento a todas as pessoas que contribuíram de alguma forma para a conclusão dessa etapa, estimulando-me intelectual e emocionalmente.

À todos, Muito Obrigada!

“A inovação não tem nada a ver com a quantidade de dólares que você investe em P&D. É a equipe que você tem, sua motivação e o quanto você entende da coisa.”

Steve Jobs

## RESUMO

Identifica-se nas últimas décadas a mudança gradativa na valorização do conhecimento pela sociedade, dando espaço ao surgimento de um elemento tão importante para a competitividade das organizações que o detém. Considerando a necessidade de informação para todos os usuários da contabilidade acerca de todos os elementos que impactam no valor contábil da entidade, esse trabalho teve como objetivo identificar a existência dos elementos do capital intelectual nos documentos contábeis da empresa Whirlpool S/A, classificada pela Revista Você S/A e Exame como a Melhor Empresa para se Trabalhar no ano de 2010, através da observação dos seus relatórios contábeis disponibilizados no site da Bovespa, e utilizando a Matriz dos Elementos do Capital Intelectual. Constatou-se que, embora apareça no balanço o grupo dos Ativos Intangíveis, o Capital intelectual não é evidenciado em separado nesse grupo sendo evidenciado com maior frequência no Relatório da Administração e nas Notas explicativas, onde é possível encontrar um volume maior de informações. No que tange às categorias dos elementos do capital intelectual, os resultados comprovam que a categoria do Capital Interno é a mais representativa (50,0% dos elementos identificados) seguida pelo Capital Externo (34,6%) e da Competência dos funcionários (15,4%). Com isso, percebe-se que a identificação dos elementos do capital intelectual nesses documentos, é em grande parte de informações evidenciadas de modo qualitativo que, aliada às evidenciações *off balance* pode ser um fator que justifica as distorções existentes entre o valor de mercado e o valor contábil, muito embora se perceba um esforço no sentido de demonstrar através de informações financeiras, os investimentos realizados em Capital Intelectual. Entende-se ainda que, a falta de uma metodologia ordenada para mensurar o capital intelectual, e o subjetivismo apresentado na evidenciação de tais relatórios, dificulta a interpretação do leitor quanto aos elementos desse capital.

Palavras-chave: Gestão do conhecimento. Capital Intelectual. Evidenciação.



## ABSTRACT

Identified in the last decades the gradual change in the valuation of the knowledge society, giving rise to the emergence of such an important element for the competitiveness of organizations that have it. Considering the need for information to all users on the accounting of all the elements that impact the carrying value of the entity, this study aimed to identify the existence of the elements of intellectual capital in the company's accounting documents Whirlpool S / A, ranked by the magazine S / A and Review as the Best Company to Work For in 2010, through observation of their financial reports available on the site of the Bovespa, and using the Matrix Elements of intellectual Capital. It was found that although the group appears on the balance of intangible assets, intellectual capital is not shown separately in this group being observed with greater frequency in the Management Report and the Notes, where you can find a greater volume of information. Regarding the categories of the elements of intellectual capital, the results show that the category of Internal Capital is the most representative (50.0% of the identified elements) followed by the Foreign Capital (34.6%) and the Competence of staff (15.4%). Thus, it is clear that the identification of the elements of intellectual capital in these documents, is largely qualitative information highlighted so that, combined with the off balance disclosures can be a factor that accounts for the distortion between market value and the value accounting, although it realizes an effort to demonstrate through the financial information, investments in intellectual capital. It is understood that, the lack of an orderly method to measure intellectual capital, and subjectivism presented in the disclosure of such reports, complicates the interpretation of the reader as to the details of that capital.

Key words: Knowledge management. Intellectual Capital. Disclosure

## LISTA DE FIGURAS

<b>Figura 1 – As eras da economia .....</b>	<b>23</b>
<b>Figura 2 - Navegador Skandia .....</b>	<b>41</b>
<b>Figura 3 – Navegador do Capital Intelectual .....</b>	<b>44</b>

## LISTA DE QUADROS

<b>Quadro 1 - Matriz dos elementos do Capital Intelectual .....</b>	<b>19</b>
<b>Quadro 2 - Características da sociedade do conhecimento .....</b>	<b>22</b>
<b>Quadro 3 - Valor da Empresa e Taxonomia dos Intangíveis .....</b>	<b>28</b>
<b>Quadro 4 – Ideias para Avaliação do Capital Intelectual .....</b>	<b>37</b>
<b>Quadro 5 – Modelos de Mensuração do Capital Intelectual e de Gestão do Conhecimento</b>	<b>39</b>
<b>Quadro 6 – Monitor de Ativos Intangíveis .....</b>	<b>42</b>

## LISTA DE GRÁFICOS

<b>Gráfico 1</b> - Evidenciação dos elementos do Capital Intelectual nos instrumentos de divulgação .....	50
<b>Gráfico 2</b> - Evidenciação do Capital Intelectual no Relatório da Administração.....	51
<b>Gráfico 3</b> - Evidenciação do Capital Intelectual nas Notas Explicativas.....	51
<b>Gráfico 4</b> - Evidenciação nas Notas Explicativas e Relatório da Administração das três categorias de Capital Intelectual .....	51
<b>Gráfico 5</b> - Evidenciação das informações do Capital Intelectual nas Notas Explicativas.....	52
<b>Gráfico 6</b> - Evidenciação das informações do Capital Intelectual no Relatório da Administração .....	53
<b>Gráfico 7</b> - Evidenciação nas Notas Explicativas e Relatório da Administração .....	53

## SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	12
1.1 Delimitação do tema e problemática.....	12
1.2 Objetivos .....	15
1.2.1 <i>Objetivo geral</i> .....	15
1.2.2 <i>Objetivos específicos</i> .....	15
1.3 Justificativa.....	16
1.4 Procedimentos metodológicos.....	17
1.4.1 <i>Tipologia da pesquisa</i> .....	17
1.4.2 <i>Seleção da empresa objeto de estudo</i> .....	17
1.4.3 <i>Análise dos Dados</i> .....	18
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	21
2.1 Sociedade do Conhecimento.....	21
2.2 Gestão do Conhecimento.....	24
2.3 Ativo .....	26
2.4 Ativo Intangível.....	27
2.4.1 <i>Capital Intelectual</i> .....	31
2.5 Modelos de Mensuração do Capital Intelectual .....	36
2.5.1 <i>Diferença entre valor de mercado e o valor contábil</i> .....	39
2.5.2 <i>Modelo de Edvinsson e Malone- Navegador da Skandia</i> .....	40
2.5.3 <i>Modelo de Sveiby</i> .....	42
2.5.4 <i>"Q" de Tobin</i> .....	43
2.5.5 <i>Navegador do Capital Intelectual segundo Stewart</i> .....	43
2.6 Evidenciação e Relatórios da Administração.....	45
3 ANÁLISE DOS RESULTADOS .....	47
3.1 Capital Interno.....	47
3.2 Capital externo .....	48
3.3 Competência dos funcionários .....	49
3.4 Evidenciações .....	50
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS .....	54
APÊNDICE A .....	62

# 1 INTRODUÇÃO

## 1.1 Delimitação do tema e problemática

Na segunda metade do século XVIII, a Europa foi cenário de muitas mudanças, a sedução pelo novo, a féia do progresso começou a permear o pensamento europeu. Nesse período, a Revolução Industrial, através das inovações técnicas, trouxe a automatização dos métodos artesanais de produção, diminuindo o emprego de mão de obra. No entanto, vale ressaltar que a mecanização da indústria não seria possível sem a presença da força humana (REZENDE, 1996).

Desse modo, os recursos tecnológicos e a força muscular despendida para prestar um serviço deixam de ser considerados os principais elementos competitivos entre as empresas e ganha destaque o conhecimento (BRITO, 2007).

A transição da Era Industrial para Era do Conhecimento favoreceu rápidas modificações no cenário econômico mundial, como a globalização que permitiu a abertura de mercado em muitos setores, a tecnologia da informação que viabilizou a disseminação do conhecimento em todos os cantos, e a informatização que reduziu, consideravelmente, o trabalho manual em inúmeros mercados. Tais mudanças alteram, principalmente, a estrutura econômica das nações e, sobretudo, a forma de valorizar o ser humano, já que só este tem a propriedade do conhecimento.

Esse período de gradativas mudanças na economia mundial, vivenciado mais intensamente nas últimas décadas, vem sendo apontado por muitos autores estudiosos do assunto como período de transição de uma Sociedade Industrial para uma Sociedade do Conhecimento, pois, os demais recursos existentes, e até então valorizados e utilizados na produção – terra, capital e trabalho -, junta-se o conhecimento, alterando principalmente, a estrutura econômica das nações e, sobretudo, a forma de valorizar o ser humano, já que só este detém o conhecimento. (ANTUNES, 2008, p. 18)

As mudanças contínuas provocadas pelos avanços tecnológicos e a internacionalização dos mercados conduzem ao desenvolvimento de uma gestão empresarial focada no conhecimento como um dos propulsores da geração de riquezas. É em meio a esse ambiente que o conceito de Capital Intelectual emerge como um poderoso elemento gerador de fortunas, e como o principal elemento diferenciador de competitividade e de valor das empresas.

Ainda que no passado os ativos intelectuais tivessem importância, nas últimas décadas observou-se um aumento considerável na importância relacionada a eles. Vários modelos de mensuração do capital intelectual surgiram a partir de várias pesquisas, visto que esse

passou ainda mais a ser um recurso considerado elemento chave nas estratégias empresariais.

Ante a era do conhecimento, a avaliação do capital intelectual tem gerado grande interesse da comunidade acadêmica, principalmente na área contábil que não se omitiu na busca de novas formas de comunicação com seus usuários, necessitando criar demonstrações capazes de registrar valores das empresas mais próximos da realidade e modelos de mensuração em que sejam evidenciados os valores dos bens intangíveis, valiosos e considerados as novas riquezas das organizações.

Dessa forma, no ambiente atual, pode-se constatar o “conhecimento” como principal ativo das organizações, impulsionando o capital intelectual, que conforme Stewart (1998) proporciona vantagem competitiva. O valor competitivo das empresas passou a não residir apenas em recursos materiais e financeiros, mas em sua capacidade de gerenciar esses recursos.

Na Era da Informação, o conhecimento tornou-se a principal *commodity* e alavancador do resultado da atividade econômica; a inteligência organizacional (pessoas inteligentes trabalhando de forma inteligente) deixou de ter um papel secundário, para assumir o papel principal nas entidades. (SCHMIDT E SANTOS, 2002, p.171)

No que concerne a evidenciação do Capital Intelectual, muito se tem comentado nos últimos tempos. A maior discussão é que os relatórios fornecidos pela Contabilidade Financeira, fundamentada na objetividade, não retratam certas realidades das empresas, tendo em vista o que se refere ao valor contábil das ações, de muitas vezes ser apresentado abaixo do seu valor de mercado. Uma das variáveis que podem estar ocasionando o contraste entre os dois elementos, valor contábil e valor de mercado, tem sido identificado como o Capital Intelectual, que se configura como um Ativo da entidade, a partir do momento que agrega valor a essa.

É necessário pensar que seres humanos não devem ser tratados como despesa, mas como ativos da empresa, partindo, desde seus colaboradores, já que essas pessoas produzem o pensamento e o raciocínio, e que o conhecimento produzido e adquirido, junto as habilidades dos colaboradores, substitui os investimentos em modernas máquinas utilizadas na produção.

O Pronunciamento Técnico do Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC, 2008) que trata do Ativo Intangível, define-o, um ativo não monetário identificável sem substância física.

Ao mesmo tempo, recorrendo ao CPC através do Pronunciamento Conceitual Básico que conceitua ativo como sendo um recurso controlado pela entidade, como resultado de eventos passados e do qual se espera que resulte benefícios econômicos futuros para a entidade percebe-se o Capital Intelectual como sendo um Ativo Intangível.

Considerando tais definições, entende-se que para o ativo intangível ser reconhecido, este deve ser identificável, controlável e capaz de gerar benefícios econômicos futuros. Assim, cabendo a administração da empresa poder utilizar desse recurso na aplicação de novas estratégias de desenvolvimento.

De qualquer forma, se a nova realidade demonstra que esses elementos agregam valor às empresas, a Contabilidade deve acompanhar a evolução da sociedade, fornecendo as informações requeridas e, para tanto, deve considerar tais ativos intangíveis e evidenciá-los, mas não se pode esquecer que evidenciar o valor da empresa não é o objetivo do Balanço Patrimonial, pelo menos até o momento. (ANTUNES, 2008, p. 65)

Isso revela que os ativos intangíveis ainda estão em processo de avaliação e reconhecimento dos seus valores. Entretanto, deve ser uma obrigação da contabilidade evidenciar esses valores e fornecer informações que auxiliem na mensuração dos ativos das entidades.

A informação contábil tem valor econômico e deve esforçar-se para atender às necessidades dos seus usuários, pois os dados coletados e organizados servirão de base para que estes possam tomar suas decisões.

Nesse contexto, a proposta de novos modelos de mensuração do Capital Intelectual através de dados financeiros e não financeiros é recorrente nos estudos sobre o tema. Até então, não se identificaram desvantagens em relação a isso, mas limitações, como o fato de não existir um modelo padrão para a divulgação das informações acerca do valor dos investimentos em sistemas de informação, entre outros (ANTUNES, 2008). Nas organizações do conhecimento, os investimentos relativos ao capital intelectual buscam, de maneira geral, um retorno financeiro.

Desse modo o que cabe a Ciência Contábil é mensurar e evidenciar esses valores em suas demonstrações de forma clara a disponibilizar informações úteis a seus usuários vista a extrema importância dessas informações para as tomadas de decisões e gerenciamento nas empresas.

A identificação desse novo elemento "Capital Intelectual", trás consigo a necessidade de aplicação de novas estratégias, de nova filosofia de administração e de novas formas de



avaliação do valor da empresa, que contemple o recurso do conhecimento (ANTUNES, 2008).

Assim sendo, surge o seguinte questionamento, que a pesquisa pretende responder:

**Como a empresa Whirlpool S/A, enquadrada como a melhor empresa para se trabalhar no ano 2010, pelas Revistas “Você S/A” e “Exame” da Editora Abril, tem evidenciado seus investimentos em Capital intelectual?**

## **1.2 Objetivos**

### *1.2.1 Objetivo geral*

Investigar como a empresa Whirlpool S/A tem evidenciado em suas demonstrações contábeis os investimentos em Capital Intelectual

### *1.2.2 Objetivos específicos*

- Verificar se a companhia evidencia no Balanço, no grupo dos Intangíveis, o Capital Intelectual;
- Identificar os itens de capital intelectual evidenciados nas Notas Explicativas e no Relatório de Administração
- Comparar as evidenciações apresentadas nas Notas Explicativas e no Relatório de Administração
- Identificar as categorias de evidenciação do capital intelectual.

### 1.3 Justificativa

No atual contexto social em que a tecnologia da informação viabilizou a disseminação do conhecimento em todos os meios, a contabilidade tradicional tem enfrentado dificuldades para avaliar as organizações, diante de tanta propriedade tecnológica. Mais do que no acervo patrimonial e recursos financeiros, o valor de uma empresa reside no conhecimento e informação gerados e por ela gerenciados.

A globalização acelerada e a competitividade instigada entre as organizações, tem feito da informação e do conhecimento humano, fatores importantes e indispensáveis ao desenvolvimento e a geração de riquezas na sociedade de tal modo que, a informação e o conhecimento são desperdiçados quando não se sabe o que fazer com eles, repetem-se tarefas, há evasão de clientes, enfim, desse modo a empresa pode perder em qualidade, competitividade e receitas.

Nesse sentido, buscando moderar e até mesmo dirimir tais problemas, a contabilidade tem demonstrado uma forte tendência em direcionar esforços quanto ao aprimorar os conhecimentos relacionados ao reconhecimento, mensuração e evidenciação do Capital Intelectual, considerado um dos maiores ativos das organizações da era do conhecimento.

Nas organizações, o desenvolvimento e a mensuração de intangíveis que constroem o Capital Intelectual da empresa têm se tornado a atividade estratégica diferencial com manutenção competitiva na atual circunstância empresarial, que o conhecimento tem se apresentado mais do que nunca como a chave para o sucesso.

Por tanto, a identificação e evidenciação dos elementos do capital intelectual é imprescindível ao sucesso de uma organização, a partir do momento que ela conhece o seu diferencial competitivo e identifica o seu devido valor e nesse mesmo sentido, ressalta-se a importância do *disclosure* dessas informações para os usuários externos.

Dessa forma, entende-se uma preocupação dos gestores em transparecê-las cada vez mais ao mercado de capitais, já entendido que essas, oferecem vantagens e benefícios para as companhias que serão valorizadas e para os investidores que tomarão decisões mais acertadas adiante, baseadas na evidenciação desse recurso.

O Capital intelectual está, genuinamente, presente e cada vez mais relevante na formação do valor da empresa e no processo de agregação de valor às instituições em geral.

## **1.4 Procedimentos metodológicos**

### *1.4.1 Tipologia da pesquisa*

A presente pesquisa, ao passo que responde a questão problema e alcança os objetivos propostos, proporciona uma quantidade de informações relevantes acerca da evidencição do capital intelectual nos Relatórios da Administração de tal modo que, conforme Beuren (2008) pode ser classificado como sendo um estudo de natureza descritiva.

Para tanto, foi realizada, inicialmente, uma pesquisa bibliográfica, utilizando-se de livros, periódicos, artigos científicos e outras fontes, para orientar o levantamento das informações necessárias para embasar o processo de coleta de informações contidas, nas demonstrações e nos Relatórios da Administração da empresa objeto de estudo, o que caracteriza-a ainda, como pesquisa documental.

A concretização da pesquisa deu-se através da realização de um estudo de caso na empresa selecionada entre as classificadas pela Revista Exame como as Melhores Empresas para se trabalhar no ano de 2010. O estudo de caso tem uma abordagem qualitativa, que é caracterizado pelo estudo profundo e exaustivo de um ou de pouco objetos, de maneira a permitir o seu conhecimento amplo e detalhado, tarefa praticamente impossível mediante os outros tipos de delineamentos considerados. (GIL, 2008)

### *1.4.2 Seleção da empresa objeto de estudo*

O guia Você S/A – Exame: “As melhores empresas para você trabalhar”, divulga todos os anos, 150 empresas, através de uma pesquisa de clima organizacional de nível nacional, que já é realizada há quinze anos, e se propõe como referência na avaliação das melhores práticas de gestão de pessoas. Para tanto, para realização desse estudo, o guia realizou uma avaliação do capital intelectual e seus desempenhos econômicos a partir de ações que possam oferecer aos seus empregados um bom desempenho profissional, reflexo do investimento da empresa em seus colaboradores.

Para a realização do estudo optou-se por considerar a melhor colocada no guia acima referido e que apresentasse suas informações contábeis no site da Bovespa, resultando na Whirlpool S/A que atendia ao critério estabelecido.

A Whirlpool S/A é a maior fabricante de eletrodomésticos do mundo, que até o início de 2010, teve de aumentar a produção pela crescente procura de eletrodomésticos da linha

branca – especialidades da empresa, conforme matéria da Revista Você S/A e Exame. Esse cenário surgiu em virtude da redução do Imposto sobre Produtos Industrializados (IPI), no início do ano de 2010.

Diante desse panorama, ainda segundo a Revista, a Multinacional não deixou seus funcionários desmotivados e estressados. Apesar do clima, a empresa obteve a maior colocação no guia em 2010, além de estar presente no anuário da revista nas últimas quinze edições, de acordo com a pesquisa, inclusive na edição de 2011.

Entre outros reconhecimentos que a empresa recebeu no ano de 2010, foi eleita segundo a Revista Época Negócios como a Empresa Mais Inovadora do Brasil, considerando os seguintes aspectos: estratégia para a inovação, organização e cultura, processo de inovação, estrutura e suporte à inovação, sustentabilidade e resultados da inovação; eleita também pela Editora Gestão & RH como uma das 150 Melhores Empresas em Práticas de Gestão de Pessoas (pelas ações de comunicação voltadas a RH) e uma das 50 Melhores Empresas Psicologicamente Saudáveis; foi ainda destaque no Guia Exame de Sustentabilidade junto a outras 19 empresas por suas atividades em prol do meio ambiente e da sociedade; vencedora do prêmio 500 Maiores Empresas da América Latina, da Revista América Economia; e do Prêmio Intangíveis Brasil, organizado pela Revista Consumidor Moderno e Editora Grupo Padrão, no ativo inovação.

A Multinacional que completa 100 anos de existência em novembro de 2011 tem só no Brasil 15.113 funcionários distribuídos entre suas unidades de Joinville (SC), Rio Claro (SP), São Paulo (SP), Jaboaão dos Guararapes (PE) e Manaus (AM).

### *1.4.3 Análise dos Dados*

De acordo com Gil (1999 apud Beuren, 2008) a análise dos dados tem como objetivo organizar resumidamente os dados de modo que possibilitem o fornecimento de respostas ao problema proposto.

Para tanto a realização da pesquisa, utilizou-se a técnica análise de conteúdo que segundo Bardin (apud Campos 2004) é um conjunto de técnicas de análise das comunicações, que utiliza procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens. Visto que no trabalho é verificado todas as demonstrações contábeis emitidas pela empresa estudada, inclusive os relatórios da administração e as notas explicativas disponibilizadas no site da Bovespa.

Desse modo, a análise de conteúdo é um conjunto de técnicas de análise de comunicações, referindo-se ao estudo tanto dos conteúdos nas figuras de linguagem, reticências, entrelinhas, quanto dos conteúdos evidentes textuais e matemáticos, é uma importante ferramenta na condução da análise dos dados qualitativos.

A análise de conteúdo realizada nos Relatórios da Administração foi feita através da identificação dos itens de capital intelectual evidenciados nas demonstrações contábeis disponibilizadas pela empresa (GUTHRIE, 2000).

Para a análise foi utilizado um sistema de códigos numéricos, apresentado por Carvalho (2006), que determina uma escala de 0 a 3, na indicação da existência ou não da evidenciação do elemento e da maneira como ele está sendo divulgado: 0 = elemento não apareceu no relatório; 1 = elemento apareceu no relatório de forma narrativa; 2 = elemento recebeu um valor numérico (não financeiro) no relatório; 3 = elemento recebeu um valor financeiro (monetário) no relatório anual.

**Quadro 1 - Matriz dos elementos do Capital Intelectual**

Capital Intelectual	
1	Capital Interno
1.1	Propriedade Intelectual
1.1.1	Patentes
1.1.2	Direitos Autorais
1.1.3	Marcas Registradas
1.2	Recursos de Infra-estrutura
1.2.1	Filosofia gerencial
1.2.2	Cultura Corporativa
1.2.3	Processos Gerenciais
1.2.4	Sistemas de informações
1.2.5	Sistemas de Relacionamentos
1.2.6	Relações Financeiras
2	Capital Externo
2.1	Marcas
2.2	Clientes
2.3	Fidelidade de Clientes
2.4	Nome da companhia
2.5	Canal da distribuição
2.6	Colaboração dos negócios
2.7	Acordo licenciado
2.8	Contrato favorável
2.9	Acordo de franchising
3	Competência dos funcionários
3.1	Know how
3.2	Educação
3.3	Qualidade vocacional
3.4	Conhecimento relacionado ao trabalho
3.5	Competências relacionadas ao trabalho
3.6	Espírito Empreendedor

Fonte: Adaptado de Sveiby (1998 p.485).

Os elementos do capital intelectual proposto por Sveiby (1996, *apud* Carvalho 2007) foram utilizados como componentes da matriz desenhada para análise de conteúdo dos relatórios da administração, composta por 24 elementos distribuídos em três categorias: Capital Interno, Capital Externo e Competência dos Funcionários.

A Matriz dos elementos do Capital Intelectual foi preenchida de acordo a natureza das informações acerca de cada elemento encontrado nos documentos contábeis.

Posteriormente, foi somado o número de informação referente a cada categoria do Capital Intelectual, Capital Interno, Capital Externo e Competência dos Funcionários, e verificada a frequência absoluta e relativa.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 Sociedade do Conhecimento

Considerando todas as mudanças econômicas, tecnológicas, políticas e sociais ocorridas no cenário mundial, principalmente desde a década de 60, que tem alterado a estrutura e os valores da sociedade desde o início das civilizações até hoje, é possível identificar quatro sociedades básicas, denominadas de Sociedade Primitiva, Sociedade Agrícola, Sociedade Industrial, até a atual que denomina Sociedade do Conhecimento (ANTUNES, 2008).

Corroborando com essa afirmativa Schmidt e Santos (2002, p.166), ao citar:

As mudanças na Economia mundial, vivenciadas nas últimas décadas, que culminaram com a globalização da economia, são retratadas por inúmeros estudiosos do assunto como um período de transição da passagem de uma sociedade industrial para uma sociedade do conhecimento, em que os recursos econômicos utilizados até então, terra, capital e trabalho, uniram-se ao conhecimento racional, alterando, principalmente, a estrutura econômica das nações, e, sobretudo, a forma de atribuir valor ao ser humano, único detentor do conhecimento.

Para tanto, ARNOSTI *et al* (2009, p. 27), delimita a sociedade que conhecemos em três períodos com mudanças significativas inclusive na contabilidade. A Era Agrícola partindo desde o homem primitivo e se estendendo até a Publicação do *Tractatus* de Pacioli.

Período em que a terra era a base da economia, onde cada comunidade produzia a maioria de suas necessidades, onde a energia era a muscular humana e a animal, trabalhando no campo, toda a produção era artesanal. (...)A ênfase contábil era o das partidas simples, e nesse período com a necessidade de se registrar os fatos econômicos administrativos, criou-se a arte de escrituração, além, é claro, da publicação, no ano de 1494, da obra de Luca Pacioli, *Summa de Arithmetica, em que se encontra o Tractatus de Computis et Scripturis*, que nos apresenta o Método das Partidas Dobradas, que só se tornaria difundida nos séculos futuros perdurando até os dias de hoje

A Era Industrial foi marcada indiscutivelmente pela Revolução Industrial onde surgiu a produção de bens padronizados e tangíveis e a separação entre produtor e consumidor, que até então não existia, vista que toda produção era apenas para consumo. Nessa fase surge a figura do trabalhador qualificado com alta especialização. Na contabilidade firmou-se o método das partidas dobradas, a elaboração de relatórios contábeis e o custo histórico como base de valor (ARNOSTI *et al* 2009, p. 28).

Por fim, a Era do Conhecimento é a atual em que vivemos, onde a contabilidade se torna instrumento fundamental no processo de Gestão, caracteriza-se como a Era da Informação. Quanto a esta, Arnosti *et al*, (2009, p. 28) se refere como sendo:

Base da Economia globalizada.(...)Pelas facilidades apresentadas, os estoques tornam-se virtuais, a produção torna-se personalizada. O trabalhador é um generalista, agrega conhecimento ao processo produtivo. A Contabilidade firma-se como sistema de informação direcionada ao usuário, como instrumento auxiliar no processo de gestão. Procura mensurar o Conhecimento agregado ao Patrimônio das entidades, que se conceituou como **Capital Intelectual**.

Concomitantemente, Stewart (1998) esclarece que a riqueza é resultado do conhecimento e junto à informação, tornaram-se matéria-prima básica e os produtos mais importantes da economia atual.

O quadro a seguir apresenta algumas das características da sociedade do conhecimento. É possível observar que na Era do Conhecimento as tecnologias são utilizadas como forte instrumento de trabalho além de promover o uso de recursos naturais de forma sustentável. Na economia, o capital humano é o recurso imprescindível, responsável pela difusão do conhecimento, tornando o indivíduo, o único responsável pelo bom convívio e desenvolvimento da social, pois este é que tem a propriedade e o controle sobre o conhecimento.

**Quadro 2 – Características da sociedade do Conhecimento**

<b>Sociedade do Conhecimento</b>	<b>Características</b>
Tecnologias	Uso de energias solares, eólicas e nucleares; Uso de recursos renováveis; Computadores como ferramenta de trabalho; Comunicação através de meios eletrônicos;
Economia	Economia integrada; Produção de serviços baseados no conhecimento onde o capital humano é o recurso fundamental;
Sistema Social	O indivíduo se torna o centro da sociedade e os valores enfatizam a diversidade, igualdade e individualismo;
Sistema Político	As instituições são modeladas com base na propriedade e no controle do conhecimento.
Paradigma	A base do conhecimento é a eletrônica quântica, biologia molecular e a ecologia; As ideias centrais se baseiam na transformação do homem e no seu crescimento;

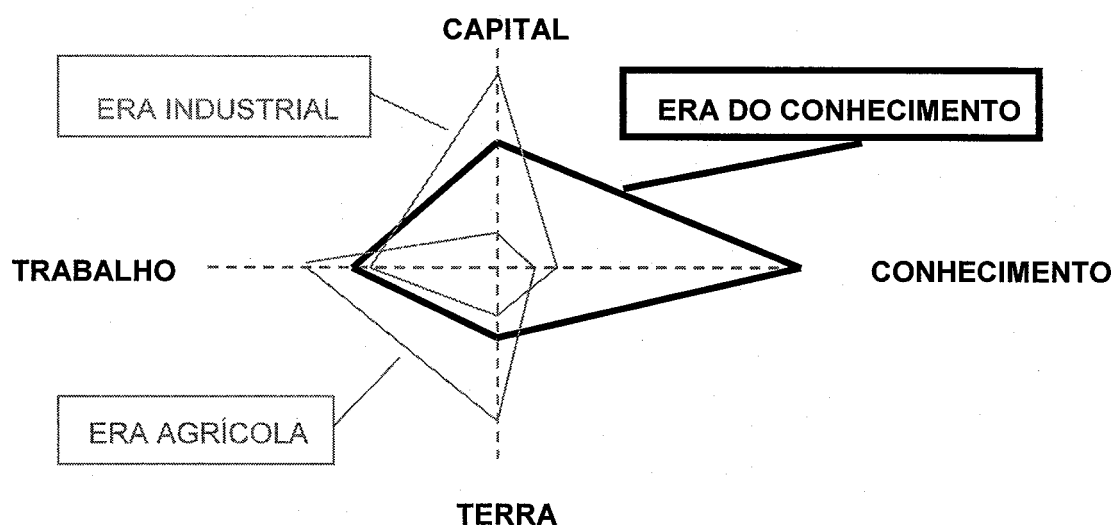
Fonte: adaptado de Schimdt e Santos (2002)

Quando examinado o conteúdo de conhecimento introduzido nos produtos e serviços utilizados no cotidiano, verifica-se uma proporção muito grande de conhecimento dentro dos mesmos, em outras palavras, adquire-se cada vez mais conhecimento e cada vez menos material tangível, é a denominada desmaterialização da indústria e serviço, de acordo a necessidade o homem (SCHMIDT e SANTOS, 2002, p. 167).



As mudanças ocorridas cultivaram na sociedade uma nova ideia de mercado econômico. A partir daí o capital empregado nos processos produtivos passou a ser também o intelectual e não apenas o elemento financeiro. Conforme Stewart (1998, p.14) "Hoje, os ativos capitais necessários à criação da riqueza não são a terra nem o trabalho físico, tampouco ferramentas mecânicas e fábricas: ao contrário, são os ativos baseados no conhecimento.

O diagrama apresentado a seguir apresenta o conhecimento como o quarto elemento de produção, principal ferramenta de vantagem competitiva e agregador de receita na atualidade.



**Figura 1:** As Eras da Economia.

Fonte: Disponível em: <[www.gestiondelconocimiento.com](http://www.gestiondelconocimiento.com)>

Para Stewart (1998), o conhecimento é mais valioso e poderoso do que os recursos naturais, grandes indústrias ou polpudas contas bancárias. Em todos os setores, as empresas bem-sucedidas são as que tem as melhores informações ou as que as controlam de forma mais eficaz – não necessariamente as empresas mais fortes.

A Wal-Mart, a Microsoft e a Toyota não se tornaram grandes empresas por serem mais ricas do que a Sears, a IBM e a General Motors – ao contrário. Mas tinham algo muito mais valioso do que ativos físicos ou financeiros. Tinham capital intelectual. (STEWART, 1998, p. 13)

Tal pensamento levar ao entendimento de que o conhecimento deve ser utilizado pelas empresas como um alicerce para o desenvolvimento de novas estruturas, podendo ser alcançadas com a diminuição dos aspectos físicos e com o aumento no desenvolvimento de novas informações e habilidades, proporcionando uma fonte de eficiência e de lucros na organização.

## 2.2 Gestão do Conhecimento

A partir dessa nova era, cabe as organizações desenvolverem estratégias competitivas que considerem um cenário onde o conhecimento é diferencial. É de fundamental importância, que seja verificado o nível de conhecimento dos colaboradores, se a estrutura física está adequada às necessidades da empresa e focar investimentos no desenvolvimento das competências e habilidades das pessoas.

De acordo com Klein (1998, p. p 2):

Para gerir seu capital intelectual de forma mais sistêmica, a empresa deverá elaborar uma pauta para se transformar de uma organização que simplesmente compreende *indivíduos* detentores de conhecimento numa *organização* focalizada em conhecimento que cuida da criação e compartilhamento de conhecimento em e através de funções internas de negócios e que orquestra o fluxo de *know-how* de e para empresas externas.

As empresas propícias ao desenvolvimento do conhecimento são aquelas que o inovam e disseminam por toda a organização, e também ao público externo através de seus produtos e serviços, considerando o que Santiago e Santiago Jr.(2007, p. 25), explicam como, os "quatro processo de conversão do conhecimento: socialização, externalização, combinação e internalização".

Ante o atual panorama empresarial identifica-se que o conhecimento tem papel de grande relevância na expansão das organizações que o utilizam como alicerce de seus negócios. Quanto ao conceito de gestão do conhecimento, Santiago e Santiago Jr. (2007, p. 25), esclarece como sendo "o processo de obter, gerenciar e compartilhar a experiência e a especialização dos funcionários, com o objetivo de promover acesso à melhor informação, no tempo certo e da forma mais adequada".

Desse modo, entende-se que para uma eficiente gestão do capital intelectual a empresa deve tomar como estratégia a elaboração e implantação de um *portfólio* de iniciativas gerenciais a serem aplicadas a nível operacional, como diz Klein (1998, p. 03), que "o desafio da gerência é orquestrar a transformação de material intelectual bruto gerado por indivíduos em capital intelectual", que possa assim, possibilitar a transformação do capital intelectual em investimento direto, assim como os ativos tangíveis. Essa comparação é aceitável, visto que para ambos, a gerência necessita de sistemas e processos que deem suporte, nesse sentido, a contabilidade do conhecimento.

Nesse sentido, Klein (1998, p. 07) ainda se refere como:

A realização da estratégia do conhecimento da empresa e o sucesso de suas iniciativas de capital intelectual em nível operacional devem ser possibilitados pelo fomento de uma cultura que valoriza e recompense a criação e o compartilhamento de capital intelectual.

Partindo da ideia de Klein os trabalhadores do conhecimento devem ser recompensados pelas suas participações de capital intelectual além do monitoramento da formação e dos investimentos em capital intelectual por parte da gerência da organização que almeja a evolução dos programas e processos de trabalho ao longo do tempo,

Apoiando esse pensamento, Santiago e Santiago Jr. explicam, "o papel da organização no processo de criação do conhecimento está relacionado ao fornecimento do contexto apropriado para facilitar as atividades em grupo e criar e acumular conhecimento individualmente".

A Informação e o conhecimento se diferenciam dos demais recursos econômicos, independe do nível de atividade, ou seja, do número de pessoas que iram beneficiar-se de seu uso, ainda que podem ser utilizados sem, conduto, serem consumidos.

Diante das opiniões apresentadas, é indiscutível a relevância da gestão do conhecimento, porém segundo Santiago e Santiago Jr. (2007, p.19), "no âmbito acadêmico esse assunto ainda é um campo novo na confluência entre teoria e organização, estratégia gerencial e sistemas de informação".

É fundamental para a organização que os conhecimentos aprendidos ou adquiridos estejam a alcance de todos e que seja capaz de agregar vantagens competitivas como melhoria na qualidade dos produtos e serviços, desenvolvimento de inovações tecnológicas, fortalecendo e aumentando as competências da entidade que o utiliza de maneira racional.

Arnosti *et al*, (2009) esclarece que o conhecimento não é algo ordenado e simples, consiste na somatória de diversos e distintos elementos, natural e espontâneo ou estruturado formalmente e faz parte da complexidade e imprevisibilidade humana.

Exatamente diante desse pensamento e da gestão do conhecimento que, em decorrência das peculiaridades de cada empreendimento e da necessidade quanto aos agentes a serem monitorados e estimulados, buscando sempre a criação e disseminação do conhecimento como meio de obter maior competitividade no mercado, usando do "tesouro oculto na mente dos funcionários", fica clara a extrema dificuldade em gerir o conhecimento nas organizações (ARNOSTI *et al*, 2009).

Alguns são os modelos de gestão do conhecimento, mas não deve-se esquecer que cada organização possui suas peculiaridades e necessidades específicas. Arnosti *et al* (2009), apresenta-os como: Modelo de Gestão do conhecimento da KPMG Consulting (1999), Modelo Arthur Andersen (1998) e Processo de Criação de conhecimento (1995). Esse último, já citado por Santiago e Santiago Jr.(2007) como Processo de conversão do conhecimento.

### 2.3 Ativo

Partindo da definição de ativo, o *International Accounting Standards Board* (IASB) e Pronunciamento Conceitual Básico, emitido pelo CPC, Ativo é “um recurso controlado pela entidade como resultado de eventos passados e do qual se espera que futuros benefícios econômicos resultem para a entidade”

Concordando com esse conceito Ludícibus (2009) e Hendriksen e Breda (1999) complementam comentando sobre a capacidade de gerar fluxos de caixa e possuir potenciais que são recursos controlados pela entidade.

Quanto a geração de benefícios econômicos futuros, Niyama e Silva (2009, p. 120), enfatizam:

O benefício econômico futuro é a essência de um ativo e refere-se ao potencial de colaborar para o fluxo de caixa e equivalente de caixa da entidade. Os ativos podem dar origem a benefício econômico quando usados na produção de estoques ou serviços vendidos pela entidades: trocados por outros ativos: usados para reduzir um passivo: ou distribuídos aos proprietários da entidade

Outro aspecto a ser considerado na classificação de um ativo é que ele seja controlado pela entidade, se diferenciando da propriedade. O que basta é a entidade exercer o direito de uso dos benefícios, o direito de propriedade não é essencial. De acordo com Niyama (2009, p. 122), “esse é um ponto polêmico, uma vez que induz a contabilidade mais para a essência do fenômeno do que para sua forma.”

Nesse questão, Ludícibus *et all* (2010, p. 41) explica:

(...)assim, por exemplo, um imóvel objeto de arrendamento é um ativo, desde que a entidade controle os benefícios econômicos provenientes da propriedade. Embora a capacidade de uma entidade de controlar os benefícios econômicos normalmente seja proveniente da existência de direitos legais, um item pode satisfazer a definição de um ativo mesmo quando não há controle legal.

O terceiro aspecto para classificação de um ativo, é que este tem origem em eventos passados, normalmente quando da sua compra ou produção. No entanto outras transações podem originar ativos, como através de doação, o fato de não haver desembolso financeiro não muda em nada a qualificação de um ativo. Essas atividades não necessariamente coincidem entre si.

Do mesmo modo, Ludícibus *et all* (2010, p. 41), explica que “o fato de uma entidade ter incorrido num gasto (...) não é prova conclusiva de que a definição de ativo tenha sido atingida.”

Conforme definição de Martins (1972, p. 30), “ativo é o futuro resultado econômico que se espera obter de um agente”. Nessa passagem, o autor demonstra, ainda, que a conceituação de ativo como direito a futuros resultados econômicos dá a ênfase ao resultado esperado e não do seu agente causador que é o próprio ativo.

Para Ludícibus (2009, p. 124):

o termo recurso, utilizado na definições de ativo, tem interpretação ampla, podendo, esse recurso ser tangível ou intangível. O fato de serem controlados por uma entidade é uma dimensão mais moderna de ativo. Ao controlarmos, podemos ter ou não a propriedade. Por outro lado, a posse nem sempre é indispensável para caracterizar um ativo. Podemos ter adquirido um ativo e ela estar ainda em trânsito, não chegou fisicamente, em nossa entidade, mas, nem por isso, deixa de ser ativo.

A distinção entre o resultado e o agente é de fundamental importância, para o entendimento dos ativos intangíveis, pois amplia o conceito contábil tradicional e conservador de ativo. Assim sendo, pode-se concluir que um ativo é todo estoque de recurso material ou imaterial que esteja sob o controle de uma entidade e que possa ser considerados como bens econômicos que agregam valor colaborando com o objetivo do negócio, produtos ou serviços aos seus clientes

## **2.4 Ativo Intangível**

Embora o fato de gerarem expectativas de benefícios futuros e o poder de propriedade que a empresa tem sobre eles, ser suficiente para afirmar seu controle, não se pode generalizar, pois se tem ainda os ativos intangíveis que são imateriais e nem sempre são reconhecidos ou controlados.

A contabilidade tradicional considera os bens e direitos da entidade como ativos, que são divididos em tangíveis e intangíveis.

Em conseqüência da constante expansão dos mercados e das empresas, é possível identificar na conjunta econômica atual que grande percentual do valor atribuível as entidades têm decorrência da parcela intangível aplicada a seu negócio.

As coisas, porém, se tornam claras quando você examina a sério o desempenho empresarial: os maiores retornos ocorrem sempre nas empresas baseadas na propriedade intelectual, e seu formidável desempenho de lucros decorre diretamente do poder de mercado que a valiosa propriedade intelectual proporciona.” (MARK BLAXILL e RALPH ECKARDT, 2010, p. 41)

Considera-se, portanto, os ativos intangíveis como bens imateriais, que agregados aos ativos tangíveis geram expectativas de benefícios futuros à entidade que tem sua propriedade e mantém seu funcionamento. Exatamente por isso torna-se difícil distinguir de forma justa os ativos intangíveis de outras formas de capital.

Padoveze (2009, p.286) observa que a MP nº 449/08 juntamente com a Lei 11.638/07, ao alterar a legislação societária, foram responsáveis “por uma das alterações mais significativas nas adaptações das práticas contábeis brasileiras internacionais de contabilidade”, analisando que entre outras coisas, introduziu o grupo ativo intangível no Ativo Não Circulante. Complementa ainda que dada a complexidade que envolve a identificação, reconhecimento e mensuração deste grupo de ativos existe um pronunciamento técnico específico do CPC, o CPC 04 - Ativo Intangível.

Observando o Quadro 2 a seguir é possível identificar como Sveiby (1999) soma os ativos visíveis para chegar ao valor de mercado de uma entidade.

**Quadro 3 – Valor da Empresa e Taxonomia dos Intangíveis**

Ativos Visíveis (valor contábil) Ativos tangíveis menos dívida visível.	Ativos Intangíveis (preço Premium da ação)		
	Estrutura Externa	Estrutura Interna	Competência dos Funcionários
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Marcas;</li> <li>• Relacionamento com clientes;</li> <li>• Relacionamento com fornecedores.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Organização;</li> <li>• Administração;</li> <li>• Estrutura jurídica;</li> <li>• Sistemas manuais atitudes;</li> <li>• Pesquisa e desenvolvimento;</li> <li>• Software.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Educação;</li> <li>• Experiência.</li> </ul>

Fonte: adaptado, de Sveiby (1999) *apud* Milone, 2004.)

De acordo com a Lei 6.404/76, art. 179 VI “ativos intangíveis são direitos que tenham por objeto bens incorpóreos destinados à manutenção da companhia ou exercidos com essa finalidade, inclusive o fundo de comércio adquirido”. Além disso, são controlados pela

entidade e capazes de gerar benefícios futuros, como características fundamentais de um ativo.

Milone (2004, p. 23) apresenta algumas categorias de ativos intangíveis como forma de melhor identificação dos ativos intangíveis.

- A tecnologia (ex., desenhos e esquemas de engenharia)
- O cliente (ex., lista de clientes)
- Os contratos (ex., contratos de fornecimento vantajosos)
- O processamento de dados (ex., *software*)
- O capital humano (ex., força de trabalho treinada e capacitada)
- O marketing (ex., marcas e símbolos registrados)
- A localização (ex., direitos sob locais geográficos valiosos)
- O “*goodwill*” (ex., valor da continuidade do negócio)

O Pronunciamento Técnico CPC 04 define ativo intangível como um ativo não monetário identificável sem substância física. No entanto, ainda devem apresentar três pontos que o caracterize, para que possa ser realizada a sua mensuração: identificação, controle e geração de benefícios econômicos futuros.

No que diz respeito à geração de benefício econômico futuro, uma característica comum a todos os elementos dos ativos intangíveis é o seu grau de subjetividade quanto à geração de benefícios econômicos futuros.

Considerando a conceituação de Santos (2007, p. 264):

Os intangíveis são originalmente produzidos, tal como os produtos, por pessoas ou empresas engajadas em atividades criativas ou inovativas de natureza literária, científica, de engenharia ou artística. Um bem original produzido é um típico bem imaterial, sobre o qual os direitos de propriedade podem ser estabelecidos, de valor econômico aos seus proprietários. É intangível por não possuir quaisquer dimensões físicas no espaço.

Pode-se citar como característica de muitos intangíveis o fato de que são inseparáveis a empresa que às possuem, desse modo, os ativos intangíveis tem sua existência e respectivo valor, se combinadas com os ativos tangíveis. (HENDRINKSEN; BREDÁ, 2009). Em virtude dos valores intangíveis de uma organização, seu valor de mercado tende a ser muito maior do que o patrimonial, principalmente nas entidades baseadas no conhecimento. A maior discussão a esse respeito trata da medição desse recurso. Isso porque os valores

intangíveis que vem agregando valor aos produtos e serviços surgem em decorrência do conhecimento, como, por exemplo, o know how técnico, o projeto de produto, o processo construtivo, o entendimento do cliente, a criatividade pessoal e o grau de inovação (SANTIAGO; SANTIAGO JR., 2007).

Entende-se como grande dificuldade da contabilidade, a mensuração dos ativos intangíveis, assim como explica Hendriksen e Breda (2009, p. 391) “Por definição, esses intangíveis são associados a outros ativos, resultando no que se denomina um problema de custos conjunto.” Completando, o CPC 04 decide que após o reconhecimento inicial de um ativo intangível o mesmo deve ser mensurado com base no custo, deduzido da amortização acumulada e de possíveis perdas estimadas por redução ao valor recuperável, considerando ainda a possibilidade desse ativo ser mensurado com base no seu valor reavaliado, se assim for permitido por lei.

De acordo com Santos (2007, p 169), são exemplos de Ativos intangíveis os seguintes elementos:

- Gastos de implantação e pré operacionais;
- Marcas e nomes de produtos
- Pesquisa e desenvolvimento;
- *Goodwill*;
- Direitos de autoria;
- Patentes;
- Franquias;
- Desenvolvimento de *software*;
- Licenças;
- Matrizes de gravação;
- Certos investimentos de longo prazo etc.

Baruch (2000 *apud* Santos,2007) descreve que existem três grandes produtores de ativos intangíveis, que são distinguidos através da sua relação como o gerador de ativos: descobertas, práticas organizacionais e recursos humanos. Mesmo que os recursos humanos sejam identificados como físicos ou tangíveis, ele deve ser interpretado como



elemento intangível do ponto de vista da sua capacidade de gerar benefícios econômicos futuros através de sua capacidade mental, suas ideias e habilidades profissionais

É exatamente nesse cenário que o foco do diferencial competitivo nessas entidades, se volta para o Capital Intelectual, como gerador de riquezas, a partir da informação, adequada para aplicação de novas tecnologias, demandada pelas contínuas adaptações na estrutura organizacional.

#### *2.4.1 Capital Intelectual*

Na contemporaneidade, nota-se com clareza, que o capital intelectual ocupa lugar de destaque nos ambientes de estudos e análises feitos em todo o mundo. Ele provocou uma mudança no modo de pensar em relação ao real valor das organizações. A contabilidade passou a considerar determinados ativos intangíveis, muitas vezes esquecidos, na mensuração do valor da empresa.

Conforme Rezende (2002, p. 78),

Capital Intelectual é o capital que reside na cabeça das pessoas, proveniente do trabalho e criação do intelecto e, no contexto da empresa, é a experiência acumulada pelo esforço de pesquisa de novos produtos e métodos de trabalho, pelo desenvolvimento e domínio de tecnologias emergentes e aprimoramento das relações e parcerias.

Esse conceito considera o capital intelectual além do intelecto humano. Avalia toda a tecnologia investida na empresa e a capacidade das pessoas em utilizar seus conhecimentos, sua criatividade e experiência acumulada para criar novos produtos e serviços, utilizando as ferramentas tecnológicas, além de inovarem os métodos de trabalho para atingir a eficiência no ambiente organizacional, e conseqüentemente agregar valor a empresa na qual faz parte.

Respaldando essa definição, Santos (2007) já conceituava o capital intelectual como uma combinação de ativos intangíveis, resultados das mudanças nas áreas de tecnologia da informação, mídia e comunicação que trazem benefícios intangíveis para as empresas e que capacitam seu funcionamento.

De modo amplo, entende-se que o capital intelectual é o conhecimento existente em uma organização que pode ser usado para criar um diferencial, uma vantagem competitiva a partir da combinação adequada com os demais recursos da entidade no intuito de gerar lucros para a empresa.

A informação funciona de forma análoga. Quanto maior o incentivo que as pessoas criativas recebem para inventar, e para abrir suas invenções para o mundo na base de uma patente, tanto maior o número de negócios que poderão surgir a fim de usar essas novas tecnologias. Uma vez que a taxa de inovação significa mais crescimento. (MARK BLAXILL e RALPH ECKARDT, 2010; p. 34)

Para que se possa detectar e gerenciar, tais recursos do Capital Intelectual, Stewart (1998) afirma que, é importante e necessário localizá-los em pontos e lugares específicos e torná-los assim, subjetivos.

De acordo com o entendimento de Beuren (2008), o capital intelectual é localizado e dividido em quatro categorias:

- **Ativo de mercado:** potencialidade da organização proveniente dos ativos intangíveis relacionados ao mercado, tais como: marca, clientes, lealdade dos clientes, canais de distribuição, franquias etc.
- **Ativos humanos:** corresponde a todo benefício que os colaboradores da entidade podem oferecer, através da sua *expertise*, criatividade, conhecimento, habilidade em resolver problemas.
- **Ativos de propriedade intelectual:** considera os ativos que carecem de uma proteção legal para proporcionar às organizações benefícios, tais como: *know-how*, segredos industriais, *copyright*, patentes, *designs* etc.
- **Ativos de infra-estrutura:** correspondem às tecnologias e os processos empregados, sistema de informação, métodos gerenciais, aceitação de risco, banco de dados de clientes etc.

Já para Arnosti *et al* (2009, p. 67) o capital intelectual divide-se em “três grandes blocos” capital humano, estrutural e capital relacional das entidades. Porém para Stewart (1998, p. 67), esse último elemento é o capital de clientes:

Cada um desses elementos – capital humano, estrutural e capital do cliente - pode ser medido e direcionado para investimento. Todos são intangíveis - todos refletem os ativos de conhecimento de uma empresa -, entretanto, todos descrevem coisas tangíveis para gerentes e investidores.

É a interação entre capital humano, estrutural e cliente que permite determinar o verdadeiro valor do Capital Intelectual global de uma companhia. Verificando mais detalhadamente cada um destes três componentes de Capital Intelectual é possível identificar os problemas e oportunidades associadas com sua mensuração e administração.

#### 2.4.1.1 Capital Humano

Entre os elementos do capital humano estão compreendidas todas as habilidades e competências intrínsecas às pessoas que geram benefícios às organizações a qual pertencem e surge a partir da valorização dos indivíduos quando vistos como ativos da entidade. Atualmente, ele tem sido foco de vultosos investimentos por parte das empresas, visto que a capacitação de pessoas colabora com o melhor desempenho dos processos no ambiente organizacional em que são aplicados, à medida que esse aprendizado é transformado em conhecimento.

Como observa Blaxill e Eckardt (2010, p. 43):

Quando uma empresa investe em um ativo fixo de capital, ninguém tem dúvida de que esta não apenas é dona desses ativos, com também espera um retorno desses investimentos. Mesmo assim, como os investimentos em ativos intelectuais como um todo, nos Estados Unidos, aumentaram a ponto de praticamente excederem os investimentos em ativos fixos, mostrou-se uma tendência geral, interna e externa às empresas, para confundir o conceito econômico de investimento em ativo intelectual com a noção mais difusa de criação de conhecimento.

Baseado no pensamento de Stewart (1998), no qual o capital humano é a fonte de inovação, onde as ideias são livres e abundantes e provavelmente infinitas, o capital humano é a capacidade necessária para que os indivíduos ofereçam soluções aos clientes. Geralmente o reconhecimento do trabalho dos funcionários traz autoestima, motivação e disposição para a criação de novas ideias, afinal quando a companhia se encontra em momentos não esperados, são estes — os ativos humanos — que respondem pela geração de novas estratégias.

Na atual sociedade o capital humano é o recurso mais valorizado nas organizações, pois é o ser humano com toda sua capacidade e potencial intelectual, a principal figura no redimensionamento das estratégias competitivas através do seu esforço e trabalho na organização.

“O capital humano é importante porque é a fonte de inovação e renovação, seja em decorrência *brainstormings* em um laboratório ou de novas dicas no caderno de anotações do representante de vendas.” STEWART (1998, p. 68).

No que diz respeito aos indicadores desse elemento, destaca Arnosti *et al* (2009, p. 101), como sendo os principais:

aspectos genéricos, educação com base de conhecimento e habilidades gerais, formação profissional, conhecimento específico (técnico), trabalho em equipe, negociação objetiva, fatores motivacionais, estilo de pensamento, fatores extremamente subjetivos de serem evidenciados e mensurados.

Segundo Stewart (1998, p. 77), o trabalho rotineiro que exige pouca habilidade, mesmo quando feito manualmente, não gera nem emprega capital humano para a organização.

Para Schmidt e Santos (2002), o capital humano aumenta à medida que a organização utiliza mais o que seus colaboradores sabem e também quando um número maior de pessoas detém informações úteis para a organização. Quando o conhecimento é utilizado, outras pessoas passam a participar desse processo de disseminação do conhecimento, aumentando assim, seu capital humano.

Santiago e Santiago Jr. (2007, p 39), acrescenta que capital humano é o “valor acumulado de investimentos em treinamentos e programas de capacitação dos colaboradores.”

O capital humano de uma entidade é formado por pessoas cujo talento e experiência cria produtos e serviços que são o motivo pelo qual clientes procuram a entidade e não concorrentes, por esse motivo são elementos difíceis de serem substituídos por quem desempenham atividades que agregam muito valor a entidade que atuam. Além de representar também uma grande dificuldade para as entidades, no momento que “pode alugar pessoas, mas não pode possuí-las”. (SCHMIDT; SANTOS, 2002)

#### 2.4.1.2 Capital Estrutural

Fazer uso do capital humano – habilidades, competências e experiências desenvolvidas por todos os colaboradores da organização – seria impossível na ausência de capital estrutural. Assim como explica Stewart (1998, p. 69), que para “compartilhar e transmitir conhecimento – alavancá-lo – exige ativos intelectuais estruturais”.

Esse ativo ou capital estrutural refere-se ao conhecimento que pertence à empresa. Nesse âmbito está incluído a tecnologia, a estrutura, laboratórios, os sistemas de informações e bancos de dados, como também aspectos relacionados à cultura e aos processos organizacionais, inteligência competitiva e de mercado e foco gerencial. Pode-se dizer que ocorre a transformação do conhecimento individual em patrimônio, por meio da troca de experiências e o do poder de inovação.

Marques (2009, p. 29), define que “o capital estrutural é um conjunto de conhecimentos e ativos intangíveis resultantes de processos de ação que são propriedade da organização e que ficam na organização quando as pessoas a abandonam”.

De acordo com Santiago e Santiago Jr. (2007, p 40), capital estrutural “diz respeito ao valor – bases de dados, listas de clientes, manuais e procedimentos etc. – que permanece na empresa sempre que os colaboradores deixam a organização.”

Sobre isso, Arnosti *et al* (2009, p. 71) afirma que:

O capital estrutural é aquele que serve de suporte para o capital humano, permitindo um uso repetitivo para a criação de valor. As entidades devem possuir uma estrutura física que permita a realização de sua atividade fim, com a máxima eficiência e qualidade, possibilitando ao seu corpo funcional o exercício de suas atividades em sua total plenitude. O capital estrutural pertence à entidade como um todo. Pode ser dividido e reproduzido.

Desse modo, o capital estrutural de uma entidade é claramente mensurável, podendo ser possuído e, conseqüentemente negociável.

O capital estrutural é o alicerce para que as pessoas exerçam suas atividades e apliquem seu conhecimento. Também é o meio de ligação entre a empresa e seus clientes por meio de informações disponíveis. Com isso, os processos produtivos ganham rapidez e agilidade e os indivíduos aumentam suas potencialidades intelectuais com a troca de conhecimentos dentro da própria organização.

#### 2.4.1.3 Capital de Relacionamento

O capital de relacionamento corresponde ao valor do relacionamento de uma entidade com os agentes externos ligados aos seus processos, sejam eles clientes, fornecedores, acionistas, etc. Trata-se do conhecimento que é incorporado através das relações e alianças entre a empresa e seus colaboradores externos. Esse também é chamado de capital do cliente.

Para Stewart (1998, p.138),

o capital do cliente é muito semelhante ao capital humano: não se pode possuir os clientes do mesmo modo como não se pode possuir pessoas. Mas da mesma forma como uma organização pode investir em funcionários não apenas para aumentar seu valor como indivíduos, mas também para criar ativos de conhecimento para a empresa como um todo. A empresa e seus clientes podem aumentar o Capital Intelectual que é sua propriedade em conjunto e em particular.

Para um melhor aproveitamento dos investimentos em capital do cliente, é importante que haja inovação com esses colaboradores. Deve-se proporcionar a eles a oportunidade de acompanhar o processo produtivo e dar o *feedback*. Além disso, é importante, atender às necessidades dos clientes individuais, dividirem os ganhos, estar sempre bem informado sobre sua organização e transmitir o máximo de informações possíveis sobre determinados produtos ou serviços para tornar o processo mais eficiente.

É no relacionamento com os clientes e demais colaboradores da organização que o capital intelectual se transforma em dinheiro. Conforme Stewart (1998, p.138),

o capital do cliente é medido – e contado – com mais freqüência do que os ativos intelectuais humanos e estruturais. A marca, por exemplo, é uma forma de capital do cliente para a qual existe um método de avaliação bem-estabelecido. Calcula-se quanto os clientes mais importantes estão dispostos a pagar por um produto de marca versus um produto genérico (...).

Entende-se, portanto o capital de relacionamento como aquele responsável pela continuidade das atividades da organização, e para isso é necessário que ela mantenha uma parceria cada vez melhor com seus clientes, de forma a conquistá-los e mantê-los sempre próximos.

O capital relacional está intrinsecamente ligado ao grau de satisfação com os clientes, pois são eles que determinam a qualidade dos produtos e serviços e melhoram a imagem da empresa tornando sua marca conhecida e respeitada. Com os fornecedores e parceiros é preciso também manter um bom relacionamento onde prevaleça a confiança e o comprometimento

Schmidt e Santos (2002) observam que o capital de clientes aumenta quando a entidade e seus clientes aprendem uns com os outros; quando se empenham ativamente em tornar suas intenções mais informais.

## **2.5 Modelos de Mensuração do Capital Intelectual**

A mensuração do Capital Intelectual traz muitas vantagens para a contabilidade. No momento que essa mensuração é realizada, ela gera informações suficientes para alimentar os sistemas de informações e contribuir para que os gestores verifiquem as receitas que esse recurso gera para a organização e com isso, tomar as decisões para melhor utilizar desse recurso advindo dos funcionários, clientes e fornecedores da organização.

O capital intelectual constitui a matéria intelectual – conhecimento, informação, propriedade intelectual, experiência – que pode ser utilizada para gerar riqueza. É a capacidade mental coletiva. É difícil identificá-lo e mais difícil ainda distribuí-lo de forma eficaz. Porém, uma vez que o descobrimos, somos vitoriosos. (STEWART, 1998, p. 13)

O conjunto de indicadores do conhecimento também deve ser definido de acordo com essa divisão - capital humano, de clientes, organizacional - para serem, necessariamente, utilizados como agentes a fim de atender a objetivos definidos.

Apesar do evidente interesse que o capital intelectual tem despertado no meio organizacional, ainda não foi encontrada uma maneira uniforme de tratá-lo, mas isso requer imediata solução à medida que esses valores imateriais ganham espaço nas entidades e na economia atual. A atribuição de valores aos intangíveis demanda subjetividade, pela incerteza avaliação dos resultados futuros, essa expectativa de benefícios econômicos acaba por comprometer a sua mensuração.

A partir de estudos desenvolvidos por Bukowitz e Williams (2002, *apud* Santiago; Santiago Jr., 2007), alguns elementos são considerados fundamentais como indicadores do conhecimento. São agentes a fim de atender objetivos específicos, os quais estão claramente apresentados na tabela 2 a seguir.

**Quadro 4 – Ideias para Avaliação do Capital Intelectual**

Tipos de Capital	Mensuração do Capital Intelectual	Agente para...
Capital Humano	Porcentagem de empregados com formação superior ou nível médio de todos os empregados	Capacidade de pensamento inteligente
	Turnover de pessoal experiente	Estabilidade de base de conhecimento
	Nível médio de experiência (número de anos com a organização, na profissão)	Profundidade da base de conhecimento
	Porcentagem de receita dos clientes que reforçam a competência (clientes de serviço que exigem que os empregados desenvolvam habilidades novas)	Extensão na qual os clientes desafiam os empregados e a organização a inovarem, criarem conhecimento novo ou estenderem o existente
	Satisfação do empregado (desenvolvida a partir de uma bateria de questões e de um levantamento)	Potência do relacionamento com a organização, comprometimento com o compartilhamento do conhecimento.
	Custo de treinamento e educação por empregado	Investimento na transferência forma ou explícita do conhecimento
	Valor agregado por empregado	Medida resultante que, pelo menos em parte, deriva da alavancagem do conhecimento
Capital do cliente	Porcentagem de empregados que gastam a maior parte do seu tempo interagindo com o cliente	Profundidade e amplitude da ligação com os clientes
	Porcentagem de negócios	Estabilidade do relacionamento do

	subseqüentes	cliente
	Porcentagem de negócio com os principais clientes	Profundidade dos relacionamentos
	Porcentagem de mudanças na receitas por cliente	Profundidade dos relacionamentos e/ou amplitude deles, dependendo de qual seja o objetivo estratégico
	Porcentagem de receita dos clientes que reforçam a imagem (que farão referências espontâneas)	Potência de relacionamento, habilidade para alavancá-lo para construir relacionamentos novos
	Porcentagem de arranjos cooperativos com os clientes	Extensão do fluxo de conhecimento e da criação de valor dos relacionamentos com os clientes
	Satisfação do cliente	Estabilidade no relacionamento com o cliente
Capital Organizacional	Porcentagem da receita investida no sistema de gestão do conhecimento (ou no sistema de TI que diz respeito a ele)	Extensão do foco na criação, armazenagem e comercialização de formas explícitas de conhecimento disponíveis para uso
	Porcentagem de venda dos produtos com menos de "x" anos de idade ("x" determinado por um padrão de "novo" que se ajuste à sua organização)	Inovação, realização da criação e utilização do conhecimento
	Porcentagem da receita dos clientes que reforçam a organização (aqueles para quem ele deve fazer investimentos para completar o trabalho)	Êxito na construção do conhecimento conforme os clientes forçam a organização a criar processos novos e/ou produtos que podem ser alavancados em seguida
	Porcentagem de empregados novos ("novo" sendo definido em termos do número de anos que se leva para que um contratado se torne produtivo)	Profundidade da base de conhecimento
	Tempo médio usado para o desenvolvimento de um produto novo	Inovação, compartilhamento e utilização do conhecimento
	Tempo médio de resposta às solicitações dos clientes	Habilidade para reunir e utilizar o conhecimento
	Porcentagem de venda dos produtos privados	Habilidade para criar conhecimento novo e alavancá-lo para um resultado comercial
	Contribuições para a base do conhecimento por empregado (por ano)	Êxito na construção de uma base de conhecimento
	Índices da utilização da base de conhecimento	Potencial para alavancar uma base de conhecimento

Fonte: Bukowitz e Williams (2002 *apud* Santiago e Santiago Jr. 2007, p. 53)

Quanto aos modelos de mensuração, Arnosti *et al*, (2010, p.95) apresenta em ordem cronológica, os mais representativos modelos de mensuração do capital intelectual e gestão do conhecimento no quadro que segue:



**Quadro 5: Modelos de mensuração do capital intelectual e de gestão do conhecimento**

ANO	MODELO
1994	Navegador da Skandia de Leif Edvinsson.
1995	Processo de Criação do Conhecimento de Nokata e Takeuchi.
1996	Balanced Score Card de Kaplan e Norton.
1996	Technology Broker de Annie Brooking.
1996	Modelo da Universidade de Ontário Oeste de Bontis.
1997	Intellectual Assets Monitor de Karl Erik Sveiby.
1998	Gestão do conhecimento da KPMG Consulting.
1998	Modelo Intellect apresentado no Euroforum de 1998.
1998	Capital Intelectual de Drogonetti Roos.
1998	Modelo de Direção Estratégica por Competências – O Capital Intangível de Bueno e Morcillo.
1999	Modelo Nova – Clube de Gestão do Conhecimento e Inovação da Comunidade Valenciana.
1999	Modelo Arthur Andersen de Gestão do conhecimento.

Fonte: Arnosti *et al*, (2010, p.95)

No entanto, entre os diversos instrumentos de evidenciação, medição e mensuração do capital intelectual das organizações que buscam avaliar o Capital Intelectual da empresa, destacam-se aqueles que possuem maior significância na literatura da economia atual:

- Diferença entre valor de mercado e o valor contábil
- Modelo de Edvinsson e Malone- Navegador da Skandia;
- Modelo de Sveiby;
- “Q” de Tobin;
- Navegador do Capital Intelectual;

### 2.5.1 Diferença entre valor de mercado e o valor contábil

É indiscutível a importância do capital intelectual no valor de determinada organização. Stewart (1998, p. 199), exemplifica citando, “se a Microsoft vale US\$ 85,5 bilhões e o seu valor contábil é US\$ 6,9 bilhões então seu capital intelectual é US\$ 78,6 bilhões.” A questão considerada a partir de então é como é determinado esse valor do capital intelectual.

Desse modo Stewart está analisando a mensuração do capital intelectual pelo modelo da diferença entre seu valor de mercado e seu valor contábil, através da seguinte equação:

$$CI = VM - VC (1)$$

Onde,

**CI** = Capital Intelectual;

**VM** = Valor de Mercado (preço por ação multiplicado pelo número total de ações do capital da empresa) e;

**VC** = Valor Contábil (valor registrado no Patrimônio Líquido da entidade).

Nesse sentido, Stewart (1998, p. 201) ainda completa:

É rápido, fácil e racional. Se o valor de uma empresa é maior do que o valor do que os acionistas possuem, faz sentido atribuir a diferença ao capital intelectual – uma vez que (...), os capitais humano e do cliente são ativos que pertencem à empresa, seus funcionários e seus clientes.

O valor do capital intelectual nesse modelo é definido não pelo vendedor, mas sim pelo comprador. Uma empresa vale o quanto uma pessoa estiver disposta a pagar por ela, assim o mercado é que determina seu valor.

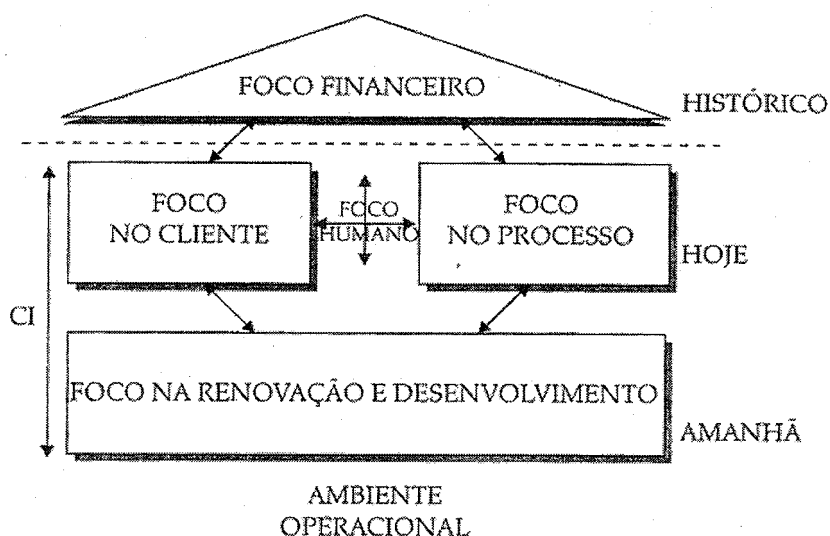
Entende-se que essa é sem dúvida a medida mais simples do capital intelectual de uma organização. No entanto, também é a medida mais frágil, frente às influências do mercado.

### *2.5.2 Modelo de Edvinsson e Malone- Navegador da Skandia*

O modelo de mensuração do capital intelectual elaborado pelo grupo Skandia, o quarto maior grupo financeiro do mundo que atua na área de prestação de serviços financeiros e de seguros e o maior da Escandinávia, de acordo com Antunes (2008), foi o primeiro grupo a divulgar um relatório contendo dados sobre a avaliação do Capital Intelectual de suas empresas como suplemento das Demonstrações Financeiras referentes a 1994. Esse relatório foi elaborado após a observação de seus diretores 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.

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

**Figura 2 - Navegador Skandia**



Fonte: Edvinsson e Malone (1998 p. 60)

Observando a Figura 3 verifica-se que os tipos de capitais que o capital intelectual pode ser dividido são representados como foco da organização. São as áreas onde a empresa direciona suas atenções e em resposta, essas áreas proporcionam o capital intelectual.

Edvinsson e Malone (1998) dividiram o Capital Intelectual em Capital de Clientes, Capital Organizacional, Capital de Inovação e Capital de Processos além dos tipos básicos que são o Capital Humano e Capital Estrutural. E ainda definiram a seguinte fórmula para mensurá-lo:

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

Onde C é o valor monetário do capital intelectual e i é o coeficiente de eficiência. Logo, esta fórmula considera o valor do capital intelectual em função da quantidade de investimentos feitos.

Conforme Edvinsson e Malone (1998) o formato do navegador (uma casa) é uma metáfora, eleita pela Skandia, para a própria organização. Nela, a base do retângulo é voltada para o futuro, representada pelo foco na renovação e desenvolvimento, o triângulo é o sótão, constituído pelo foco financeiro, que representa o passado da empresa através das Demonstrações Contábeis. O foco no cliente e no processo consiste no presente, e o foco humano localiza-se no centro da casa, pois constitui o coração, a inteligência e a alma da organização, ou seja, a única força ativa da organização.

A informação sobre o Capital Intelectual incluiu dados como lideranças, motivação, tempo e despesas com treinamentos de seus empregados, índice da satisfação de seus clientes, capacidade dos sistemas de informação e várias outras medidas de Capital Intelectual. O gerenciamento do Capital Intelectual por parte Skandia tem demonstrado ser um instrumento administrativo efetivo (ANTUNES, 2008).

### 2.5.3 Modelo de Sveiby

Conforme Santiago e Santiago Júnior (2007), o monitor de ativos intangíveis que também pode ser conhecido como Modelo de Sveiby, agrupou os ativos intangíveis em três categorias, competência dos funcionários, estrutura interna e estrutura externa. A partir das divisões desses grupos, procurou-se então estabelecer indicadores para cada componente do Capital Intelectual.

**Quadro 6 – Monitor de Ativos Intangíveis**

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

Fonte: Sveiby, (1998, p. 238).

Conforme observado, nesse monitor verifica-se como vantagem do modelo apresentado por Sveiby, para a possibilidade de mensuração do Capital Intelectual, ser simples e de fácil interpretação, porém limitado no aspecto financeiro, devido à utilização de indicadores não-financeiros.

#### 2.5.4 "Q" de Tobin

Desenvolvido pelo Premio Nobel James Tobin, consiste em medir a relação entre o valor de mercado e o valor de reposição dos ativos físicos. Baseado na seguinte equação:

$$q = \frac{VMA + VMD}{VRA} \quad (2)$$

Onde,

*VMA* é o valor de mercado das ações da empresa;

*VMD* é o valor de mercado das dívidas (capital de terceiros empregado);

*VRA* é o valor de reposição dos ativos da firma.

Stewart (1998, p. 202) explica:

Se *q* for menor que 1 - ou seja, se um ativo vale menos que seu custo de reposição - é improvável que uma empresa compre novos ativos do mesmo tipo; por outro lado, as empresas tendem a investir quando o valor de ativos semelhantes é maior do que seu custo de reposição.

O *q* representa a capacidade de uma organização obter lucros variavelmente altos por possuir um diferencial, um elemento competitivo, o capital intelectual.

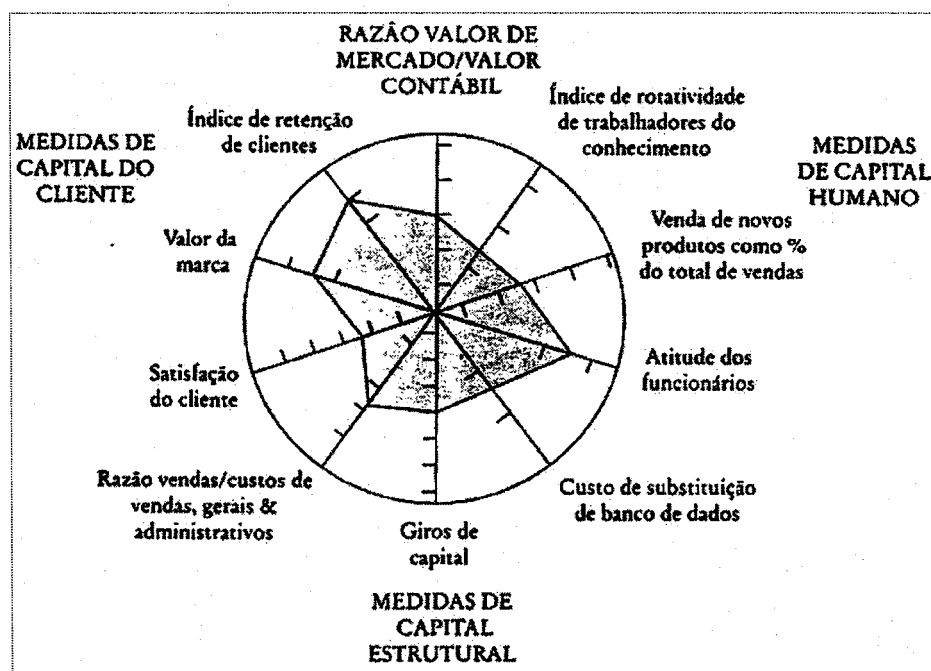
#### 2.5.5 Navegador do Capital Intelectual segundo Stewart

Stewart (1998, p. 217), sugere que a mensuração do Capital Intelectual seja realizada por meio de indicadores relacionados ao capital humano, estrutural e do cliente, além de um

valor que dê a idéia do todo. Completando, sugere a utilização de um gráfico radar, uma vez que este permite a criação de um quadro coerente de vários tipos heterogêneos de dados.

Stewart (1998, p. 218) apresenta o gráfico a seguir como do capital de uma empresa imaginária.

**Figura 3 – Navegador do Capital Intelectual**



Fonte: Stewart, 1998, p. 219

Na sua concepção, o autor elenca vários indicadores não-financeiros elaborados com base nos objetivos estratégicos da organização, focalizando as áreas de crescimento, renovação, eficiência e estabilidade, as quais passam a ser os pontos chaves da organização.

Esse modelo de mensuração do capital tem como diferencial, ser personalizado para cada tipo de organização, independentemente de serem do mesmo setor diferenciando-se da metodologia utilizada nos modelos diversamente "Diferença entre o Valor de Mercado do Valor Contábil" e "Q de Tobin". Podendo ser adaptado quando destacado seus indicadores relevantes para a área em que atua.

## 2.6 Evidenciação e Relatórios da Administração

Em contabilidade, o termo evidenciação está relacionado à maneira clara de divulgar as informações contábeis. No caso do capital intelectual ela é divulgada voluntariamente e ocorre de acordo com o objetivo de cada organização e do público-alvo desta informação, de tal forma que venham a suprir o processo decisório.

Os componentes que devem ser incluídos na evidenciação para aumentar sua utilidade aos interessados pela informação, tais como: mais informações voltadas para o futuro; *disclosures* não-financeiros sobre as estratégias de ganhos futuros como, por exemplo, relacionamento com clientes, qualidade de produtos/serviços, *know-how*, produtividade e inovação; e, por último, informações sobre capital intelectual e outros intangíveis que criam valor e proporcionam vantagem competitiva, conforme Backes, Ott e Wiethaeuper, (2006 *apud* BERTOLUCCI; ARAÚJO, 2009).

Nas últimas décadas, tem-se comentado que os benefícios intangíveis estão alterando o patrimônio das empresas. Com isso, a contabilidade tradicional vem sendo criticada porque as demonstrações financeiras não estão evidenciando o real valor das entidades ao investidor devido à ausência de uma padronização sistemática para mensuração monetária do capital intelectual.

O conjunto de informações que são apresentadas pelos administradores aos acionistas, credores e a comunidade em geral é oferecido, os Documentos da Administração, conforme previsto no art. 133 da Lei 6.404 (Brasil, 1976), que estabelece como elementos desse conjunto, o Relatório da Administração (RA), as Demonstrações Financeiras (Balanço Patrimonial, Demonstração do Resultado do Exercício, Demonstração das Origens e Aplicação dos Recursos, Demonstração do Lucro ou Prejuízo Acumulado e Demonstração das Mutações do Patrimônio Líquido), as Notas Explicativas e o Parecer dos Auditores Independentes emitido sobre a empresa. O Relatório da Administração não faz parte das demonstrações financeiras propriamente ditas, mas esta lei exige a apresentação desse relatório, que deve evidenciar os negócios sociais e principais fatos administrativos ocorridos no exercício, os investimentos em outras empresas, a política de distribuição de dividendos e de reinvestimento de lucros, entre outros, segundo Tibúrcio (2007).

Por ter caráter descritivo, o Relatório da Administração é mais acessível que as demonstrações contábeis atraindo uma maior gama de usuários. Por esse motivo, deve ser forte instrumento de comunicação aos interessados pela informação, uma vez que sua

adequada elaboração deverá proporcionar tomada de decisões de melhor qualidade. No entanto, apesar da sua relevância e utilidade, as empresas nem sempre têm apresentado o conteúdo que expressem a relevância das transações que beneficiam o negócio, perdendo oportunidade de serem mais bem conhecidas e avaliadas pelos usuários.



### **3 ANÁLISE DOS RESULTADOS**

Diante dos conceitos já apresentados de ativo intangível e mais especificamente sobre capital intelectual, foco desse trabalho, foi descrito nesse capítulo os resultados encontrados após realizada análise nas demonstrações financeiras, objetivando investigar como a empresa Whirlpool S/A tem evidenciado os investimentos em Capital Intelectual.

A análise dos elementos do capital intelectual nas demonstrações da companhia, foi realizada através da atribuição dos códigos de 0 a 3, a cada evidenciação relacionadas ao capital intelectual, recorrendo-se à análise de conteúdo dos documentos analisados (Relatório de Administração e Notas Explicativas), considerando também a sua forma – qualitativa (narrativa) e quantitativa (não-financeira, financeira).

A tabela utilizada como Matriz para o estudo é disposta em três categorias maiores do Capital Intelectual: Capital Interno, Capital Externo e Competência dos Funcionários.

O Capital Interno corresponde às propriedades intelectuais, como patentes, direitos autorais e marcas registradas, além dos recursos de infra-estrutura que engloba, desde a filosofia gerencial da organização, sua cultura corporativa, seus processos gerenciais, seus sistemas de informações e de relacionamento, até as relações financeiras as quais a empresa esteja envolvida.

No que se refere ao Capital Externo da organização, deve-se considerar como elementos dessa categoria, o valor das marcas, da carteira de clientes, a fidelidade desses clientes, o nome da companhia, seus canais de distribuição, entre outros.

Por fim, a categoria Competência dos Funcionários corresponde à capacidade de desenvolver ações das quais decorram ativos tangíveis e intangíveis, que é subdividida em: *Know-how*, educação, qualidade vocacional, espírito empreendedor, entre outros.

#### **3.1 Capital Interno**

Entre os elementos do capital interno estão as propriedade intelectuais, e como sua integrante, as patentes, que conforme se observa no apêndice A, foi evidenciada de modo quantitativo nas Notas Explicativas, com o código 3. Outro elemento do capital interno são as marcas registradas da empresa e no apêndice A, esse registro está classificado como aquele que recebeu valor numérico nas Notas Explicativas, visto que nestas constavam que

a Whirlpool S/A detém a titularidade de 767 registros de marcas e 237 pedidos de registro de marcas.

Para a Whirlpool S/A os direitos de propriedade são importantes e valiosos, e qualquer incapacidade de protegê-los poderia reduzir o valor de seus produtos, serviços e até sua marca, comprometendo a competitividade da organização embora afirme no Relatório da Administração, que “a companhia não depende, de forma relevante, de patentes, marcas, licenças, concessões, franquias e royalties de terceiros.

Como exemplo dos elementos de sistema de informações presente nos Relatórios da Administração:

Os Diretores da Companhia acreditam que o grau de eficiência dos controles internos adotados na elaboração das demonstrações financeiras é satisfatório e suficiente para assegurar eficiência, precisão e confiabilidade. Os demonstrativos financeiros são preparados a partir dos registros contábeis da Companhia, livros e contas que refletem de forma precisa todas as transações materiais da companhia, com suficiente grau de detalhamento. A Companhia usa o sistema SAP de informações gerenciais.

### **3.2 Capital externo**

Cabe esclarecer ainda que, entre os itens do Capital Externo, encontra-se a marca da empresa e a fidelização dos clientes que, de acordo com a organização, é realizada através de ações de comunicação externa que devem contribuir com a criação de valor para a companhia, assim como a cultura de Lealdade do Consumidor.

Ao elemento clientes lhe foi atribuída o código 1, uma vez que o mesmo foi identificado no Relatório da Administração através da seguinte passagem:

A perda ou diminuição substancial nas vendas de alguns de nossos principais clientes comerciais pode afetar adversamente nossa performance financeira. Nós vendemos para uma base de clientes sofisticada, composta de grandes clientes comerciais, que têm influência significativa sobre os compradores bem como sobre os fornecedores. A maioria dos nossos produtos não é vendida através de contratos de longo prazo, possibilitando variações e negociações de volumes pelos clientes com os fornecedores. A recente concentração de importantes redes varejistas pode representar uma tentativa de melhorar a sua rentabilidade por diversos meios, incluindo uma maior eficiência, redução de preços e aumento dos programas de promoção. Se não formos capazes de satisfazer as suas necessidades, o nosso crescimento de volume e resultados financeiros podem ser afetados negativamente. A perda ou a redução substancial no volume de vendas dos principais grupos de compra, pode afetar adversamente nossa performance financeira.

Quanto ao que se refere como canal de distribuição, a organização apresenta no Relatório da administração uma logística estruturada para promover a integralização dos processos de planejamento, abastecimento, atendimento de ordem de venda e distribuição dos produtos e esclarece que, para que essa distribuição seja realizada:

Utilizamos serviços terceirizados para o transporte rodoviário de nossos produtos, tanto no território nacional como em outros países. Em território nacional operamos com uma rede de transportadores e CDC's – Cross Docking Centers para a pulverização de cargas fracionadas. Nossa malha logística é composta atualmente por 5 centros de distribuição. Três desses centros são ligados às nossas unidades industriais de Joinville, Rio Claro e Manaus. Os outros dois centros localizam-se em Recife e em São Paulo. Utilizamos também operadores logísticos conforme necessidade. Todos os nossos centros de distribuição estão operando em ambiente SAP, com as informações integradas para maior sinergia entre os processos.

### **3.3 Competência dos funcionários**

Um das informações que foi encontrada nas Notas Explicativas, aparecendo apenas de forma narrativa, foi a do espírito empreendedor onde a empresa afirma que faz investimentos no desenvolvimento de liderança é pesado.

Em 2009 foi criada a Escola de Líderes, pela qual devem passar todos os gestores da empresa. Os treinamentos são divididos em quatro pilares: gestão de pessoas, inovação consumidor e excelência. O curso dura, em média, um ano e se divide em oito módulos - cada um apadrinhado por um vice-presidente.

O elemento, competências relacionadas ao trabalho, foi identificada nas Notas Explicativas de modo narrativo, tendo atribuído e valor 1 através da seguinte passagem:

A Whirlpool conta com uma série de iniciativas e programas para desenvolver as competências necessárias para cada profissional. Assim, fortalece sua cultura e seus valores, incentiva a discussão sobre sustentabilidade e desenvolve líderes, além de preparar e motivar as equipes para atingir as metas da empresa. As principais iniciativas nessa área são:

Escola de Líderes, direcionada aos executivos.

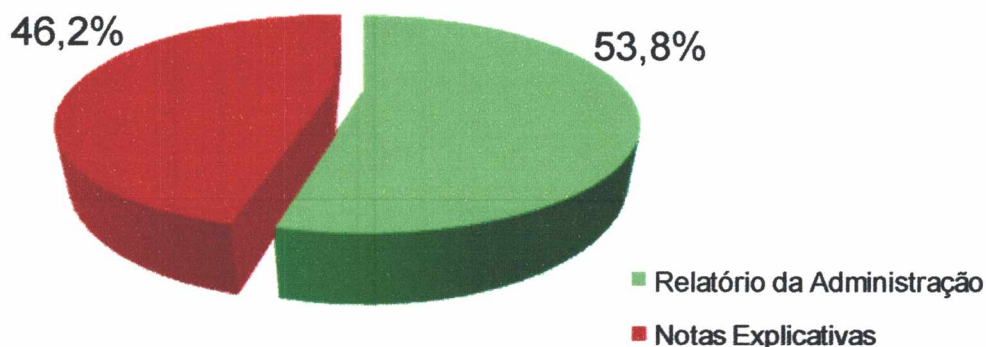
Escola de Manufatura, que simula operações de linhas de produção e capacita profissionais das fábricas.

Programa Supervisão, que oferece cursos para os supervisores de vendas.

Coaching para executivos, realizado por consultores externos.

### 3.4 Evidenciações

Nota-se que dos 24 elementos do capital intelectual representados no apêndice A, 12 deles estão evidenciados no Relatório da Administração, o que equivale a 46,2% desse total de elementos, enquanto que, nas Notas Explicativas foram evidenciados 14 elementos, o equivalente a 58,3% desse total.

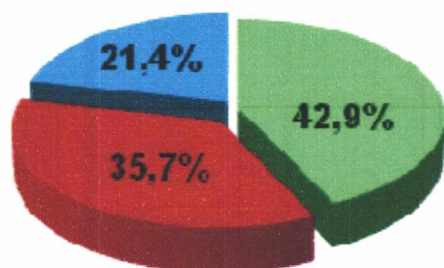


**Gráfico 1** - Evidenciação dos elementos do Capital Intelectual nos instrumentos de divulgação.  
Fonte: Dados da pesquisa, 2011.

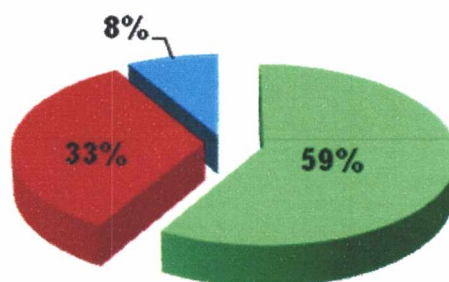
Dessa forma, percebe-se que as informações acerca do capital intelectual, apesar de sua evidenciação não ocorrer por meio do Balanço Patrimonial ou Demonstrações de Resultado, seus elementos são elencados em maior proporção no Relatório da Administração, como pode ser visualizado no Gráfico 1.

Observando exclusivamente as evidenciações feitas no Relatório da Administração e em Notas Explicativas, conforme o gráfico 2 e 3, é possível identificar quanto de cada elemento do Capital Interno, do Capital Externo e da Competência dos funcionários estão presentes nesses documentos.

■ Capital Interno ■ Capital Externo ■ Competência dos Funcionários



**Gráfico 2** - Evidenciação do Capital Intelectual no Relatório da Administração.

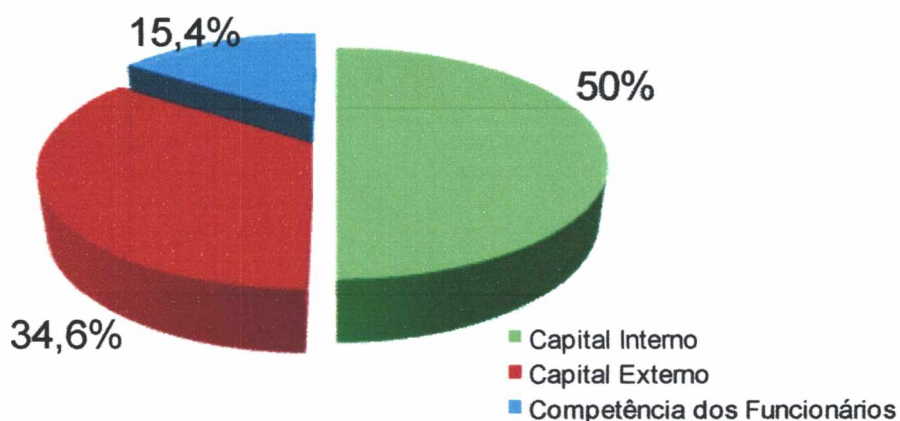


**Gráfico 3** - Evidenciação do Capital Intelectual nas Notas Explicativas.

Fonte: Dados da pesquisa, 2011.

Observando o gráfico 2, identifica-se que a diferença na quantidade das evidenciações são mínimas em cada uma das categorias analisadas, conduzindo à um entendimento de que existe uma preocupação na evidenciação de todos os elementos do Capital Intelectual, decorrente da percepção de sua importância como diferencial competitivo, do qual todos os usuários da informação contábil devem ter conhecimento.

No Gráfico 4, pode ser visualizado através de uma perspectiva mais representativa entre as categorias estudadas, as evidenciações, sejam aquelas identificadas através das Notas Explicativas ou Relatório da Administração.



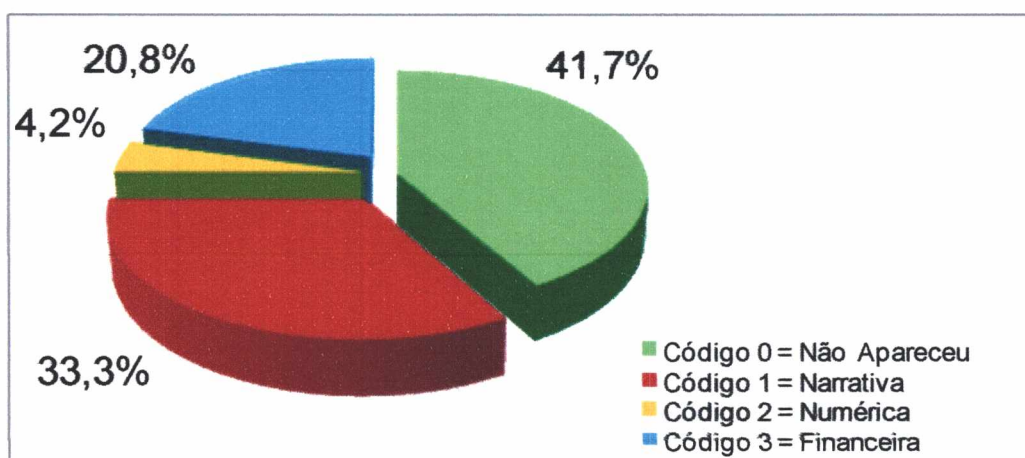
**Gráfico 4** - Evidenciação nas Notas Explicativas e Relatório da Administração das três categorias de Capital Intelectual

Fonte: Dados da Pesquisa, 2011.

Percebe-se, mais uma vez que, grande parte das evidenciações são de natureza interna da organização, confirmando o posicionamento de Antunes e Martins (2002), e Brooking (1996, *apud* Antunes, 2008), em que a maior parte dos ativos intangíveis de natureza intelectual é gerada dentro da própria empresa, por considerar que é justamente esse capital interno que oferece o diferencial competitivo as organizações.

No que diz respeito ao tipo dessa informação, se qualitativa ou quantitativa, nas Notas Explicativas, dos 24 elementos, 53,3% tiveram algum código atribuído, e desses, apenas 25% recebeu um código de informação quantitativa, seja monetária ou não-monetária.

O Gráfico 5 , apresenta os tipos e informação identificados nas Notas Explicativas da empresa.



**Gráfico 5** - Evidenciação das informações do Capital Intelectual nas Notas Explicativas.

Fonte: Dados da Pesquisa, 2011.

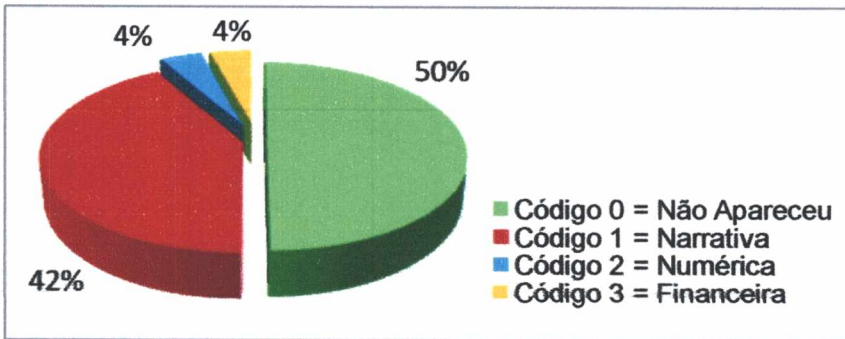
A pesquisa demonstra que a maioria dos elementos que compõem o capital intelectual, estão evidenciados de alguma forma, nas Notas Explicativas da empresa. Apenas 41,7% dos elementos não aparecem no relatório.

Observa-se que, dentre as evidenciações, grande parte é apresentada de forma narrativa, ou seja, são citadas, mas não tem apresentado nenhum valor numérico ou monetário a seu respeito, representando 33,3% de todos os elementos que compõem o Capital Intelectual.

Em seguida, as evidenciações com valores monetários, aparecem com 20,8% e por fim as de modo quantitativo – não monetário, com 4,2% do total.

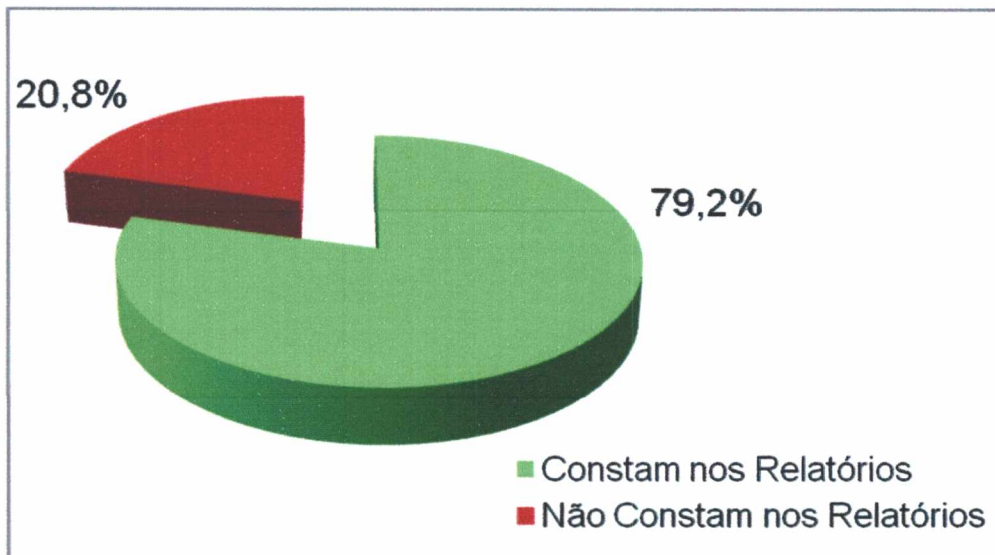
De acordo com o Gráfico 6, no Relatório da Administração, 50% dos elementos identificados do Capital Intelectual, não apresentam informação quantitativa nem qualitativa. Apenas um

elemento, isto é, 4% do total apresentou valor financeiro, informação quantitativa monetária, no Relatório.



**Gráfico 6** - Evidenciação das informações do Capital Intelectual no Relatório da Administração.  
Fonte: Dados da Pesquisa, 2011.

Dos 24 elementos existentes na tabela utilizada para o estudo, apenas 5 não constaram nas Notas Explicativas ou Relatório da Administração, o que corresponde à 20,8% do total de elementos, como representado no gráfico 7, onde 79,2% correspondem ao total de elementos do capital intelectual que de alguma forma, seja narrativa, numérica ou financeira, estavam presentes nos relatórios da empresa, objeto de estudo.



**Gráfico 7** - Evidenciação nas Notas Explicativas e Relatório da Administração.  
Fonte: Dados da pesquisa, 2011.

A partir do Gráfico 7, ainda é possível considerar que para Whirlpool S/A, embora exista ausência de elementos quantitativos que determine o valor contábil da grande maioria dos itens que compõem o Capital Intelectual, a companhia considera mesmo de modo qualitativo e não monetário a existência desses elementos.

## 4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Considerando a importância de se evidenciar os ativos intangíveis e tratando aqui, mais especificamente do capital intelectual, como um elemento que cria valor e gera vantagem competitiva para as organizações, o objetivo geral da pesquisa consiste na identificação de itens do capital intelectual evidenciados no Relatório da Administração e nas Notas Explicativas da Whirlpool S/A, classificada pela revista *Você S/A* e Exame como a Melhor Empresa Para se Trabalhar no ano de 2010.

Analisando o Balanço Patrimonial da companhia, constatou-se que, embora apareça no balanço o grupo dos Ativos Intangíveis, não evidencia especificamente o que seria classificado com Capital intelectual através de um modelo ou padrão contábil.

Desse modo, para verificar as evidenciações relacionadas ao Capital Intelectual, recorreu-se a análise de conteúdo tomando como parâmetro a Matriz idealizada por Sveiby (1997, apud Carvalho) que contempla os 24 elementos do capital intelectual, divididos em três categorias: Capital Interno, Capital Externo e Competência dos Funcionários, atribuindo a cada elemento um valor quantitativo ou qualitativo.

A evidenciação desses elementos aparece com maior frequência no Relatório da Administração que nas Notas explicativas. Esse relatório contém grande volume de informações sobre as companhias e são utilizados por acionistas em decisões de investimento, e é exatamente por esse motivo que a companhia busca evidenciar neste instrumento, um número cada vez maior de informações acerca do capital intelectual.

No que tange às categorias dos elementos do capital intelectual, os resultados comprovam que a categoria do Capital Interno é a mais representativa com 50,0% dos elementos identificados, mostrando que a organização entende que investimentos em Capital Interno da companhia, vista sua importância como responsável em desenvolver um bom capital Intelectual dentro da organização que pode resultar em vantagem competitiva para organização.

Em seguida, aparece o Capital Externo, com 34,6% das evidenciações e a da Competência dos funcionários com 15,4%, sendo, em sua maioria, evidenciados apenas de forma qualitativa.

Com isso, percebe-se que a identificação dos elementos do capital intelectual nesses documentos, é em grande parte de informações evidenciadas de modo qualitativo que, aliada às evidenciações *off balance* pode ser um fator que justifica as distorções existentes



entre o valor de mercado e o valor contábil, muito embora se perceba um esforço no sentido de demonstrar através de informações financeiras, os investimentos realizados em Capital Intelectual.

Entende-se ainda que, a falta de uma metodologia ordenada para mensurar o capital intelectual, e o subjetivismo apresentado na evidenciação de tais relatórios, dificulta a interpretação do leitor quanto aos elementos desse capital.

Desse modo, é evidente que para construção e disponibilização das informações com qualidade, visando aclarar o entendimento do usuário é indispensável à presença do contador e de ferramentas adequadas de mensuração e evidenciação desse recurso.

## REFERÊNCIAS

ALGERI, Hernandi Anito; CAMBRUZZI, Daiane; MOROZINI, João Francisco. **A Nova Lei das Sociedades Anônimas e a Mensuração do Capital Intelectual**. Ed. 7 Ano: 2009 Revista Eletrônica Lato Sensu – UNICENTRO. Disponível em: [http://web03.unicentro.br/especializacao/Revista\\_Pos/P%C3%A1ginas/7%20Edi%C3%A7%C3%A3o/Aplicadas/PDF1-Ed7\\_CS-ANova.pdf](http://web03.unicentro.br/especializacao/Revista_Pos/P%C3%A1ginas/7%20Edi%C3%A7%C3%A3o/Aplicadas/PDF1-Ed7_CS-ANova.pdf). Acesso em 01 de abr 2011.

ANTUNES, Maria Tereza Pompa, MARTINS, E.; GELBCKE, E. R. **Manual de contabilidade das sociedades por ações**. 6. ed. 7. reimpr. São Paulo: Atlas, 2006.

\_\_\_\_\_, Maria Tereza Pompa. **Capital Intelectual**. 1 ed. 5º reimpr. São Paulo: Atlas, 2008.

ARNOSTI, José Carlos; OLIVEIRA, Elizabeth Castro Maurenza de; YOMURA, Nobuya; NEUMANN, Regina Aparecida. **Capital Intelectual: reconhecimento e mensuração**. Curitiba: Juruá, 2009.

BACKES, Rosemary Gelatti; OTT, Ernani; WIETHAEUPER, Daniela. **Informações sobre Capital Intelectual Evidenciadas pelas Companhias Abertas Listadas em Nível 1 de Governança Corporativa da Bovespa**. In: CONGRESSO USP DE CONTROLADORIA E CONTABILIDADE, 5., 2005, São Paulo. *Anais...* São Paulo: FEA/USP, 2005. CD-ROM.

BERTOLUCCI, Bernardo; ARAÚJO, Aneide Oliveira. **Evidenciação de Elementos do Capital Intelectual nos Relatórios da Administração de Companhias Brasileiras pertencentes ao Nível 2 de Governança Corporativa**. Revista Ambiente Contábil – UFRN – Natal-RN. v. 1. n. 1 . p. 66 – 81. janeiro/abril 2009. Disponível em: <http://www.periodicos.ufrn.br/ojs/index.php/ambiente/article/viewFile/811/748>. Acesso em: 26 de mar de 2011.

BEUREN, I. M.. **Como Elaborar Trabalhos Monográficos em Contabilidade: teoria e prática**. 3. ed, - 2. reimpr. – São Paulo: Atlas, 2008.

BLAXILL, Mark; ECKARDT, Ralph. **A Vantagem Invisível: Como vencer a concorrência usando a propriedade intelectual**. Tradução CARLOS Cordeiro de Melo. Rio de Janeiro: Elsevier, 2010.

BRASIL. **Lei nº. 11.638, de 28 de dezembro de 2007**. Altera e revoga dispositivos da Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976, e da Lei nº 6.385, de 7 de dezembro de 1976, e estende

às sociedades de grande porte disposições relativas à elaboração e divulgação de demonstrações financeiras. In: CONGRESSO NACIONAL. Legislação Republicana Brasileira. Brasília, 2007. Disponível em: <<http://www.camara.gov.br/legislação>>. Acesso em: 22 jan. 2008.

BRITO, João Ricardo T. **Considerações Acerca do Capital Intelectual : Aspectos Teóricos e Práticos**. *Revista Multidisciplinar*. n 3. p. 45 – 59. Junho 2007. Disponível em: <http://www.uniesp.edu.br/revista/revista3/publi-art2.php?codigo=7>. Acesso em 28 de Agosto de 2011.

CAMPOS. Claudinei José Gomes. **Método de Análise de Conteúdo: ferramenta para a análise de dados qualitativos no campo da saúde**. *Rev Bras Enferm*, Brasília (DF) 2004 set/out;57(5):611-4 <http://www.scielo.br/pdf/reben/v57n5/a19v57n5.pdf>. Acesso em 12 de abr 2011.

CARVALHO, Fernando Nirtz. de. **A evidenciação voluntária do Capital Intelectual: uma análise de conteúdo nos anos de 2000, 2002, 2004 dos relatórios de administração de companhias brasileiras, com maior receita líquida segundo a Bovespa**. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) – Programa de Pós-Graduação em Contabilidade Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2006. Disponível em: <http://www.mendeley.com/research/evidenciao-voluntria-capital-intelectual-um-estudo-revisionista-contexto-internacional/>. Acesso em: 20 abr. 2011.

CPC 00 - Pronunciamento Conceitual Básico - Estrutura Conceitual. Disponível em: [http://www.cpc.org.br/pdf/pronunciamento\\_conceitual.pdf](http://www.cpc.org.br/pdf/pronunciamento_conceitual.pdf). Acesso em: 26 de mar de 2011.

CPC 04 (R1) – **Ativo Intangível**. Disponível em: [http://www.cpc.org.br/pdf/CPC04\\_R1.pdf](http://www.cpc.org.br/pdf/CPC04_R1.pdf). Acesso em 26 de mar de 2011.

EDVINSSON; MALONE. **Capital intelectual**. Trad. Roberto Galman. São Paulo: Makron Books, 1998

FIPECAFI. **Manual de contabilidade societária**: aplicável a todas as empresas de acordo com as normas internacionais e do CPC. São Paulo, 2010.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6ª edição. São Paulo: Atlas, 2008.

**GUTHRIE, James. A gestão, medição e os relatórios de capital intelectual.** Journal of Intellectual Capital, v. 2, n. 1, p. 27-41, 2001. Disponível em: <http://www.congressosp.fipecafi.org/artigos42004/72.pdf>. Acesso em 23 de abr 2011.

**HENDRIKSEN; BREDÁ, Van . Teoria da Contabilidade.** 5ª ed., São Paulo: Atlas, 1999.

**INTERNATIONAL FINANCIAL REPORTING STANDARDS (IFRS), 2008.** Normas Internacionais de Contabilidade. Disponível em: <http://www.bradescom.com.br> Acesso em: 16 out. 2011.

**IUDÍCIBUS, Sérgio de. Teoria da contabilidade.** 9 ed. 2º reimpr. São Paulo: Atlas, 2009.

**KLEIN, David A. A Gestão Estratégica do Capital Intelectual.** Rio de Janeiro: Qualitymark, 1998.

**MARCONI, Marina de Andrade; LAKATOS, Eva Maria. Metodologia do trabalho científico.** 7. ed.- 4 reimpr.- São Paulo: Atlas, 2009.

**MARION, José Carlos. Contabilidade Básica.** 8ª Ed. São Paulo: Atlas, 2006.

**MARQUES, Maria Conceição da Costa. A problemática da medição do capital intelectual nas organizações da sociedade do conhecimento.** Revista Brasileira de Contabilidade, Brasília, n. 178/179/180, p.25-36, jul./dez. 2009.

**MILONE, Mário César de Matos. Cálculo do valor de Ativos intangíveis : Uma metodologia alternativa para a mensuração do valor de marcas.** São Paulo, 2004.

**NIYAMA, Jorge Katsumi; SILVA, César Augusto Tibúrcio. Teoria da Contabilidade.** São Paulo: Atlas, 2009.

**PADOVEZE, Clovis Luis. Manual de Contabilidade Básica: Contabilidade introdutória e intermediária.** 7 ed. – Sao Paulo: Atlas 2009.

**Revista Você S.A.-Exame: Edição Especial 2010.** Ed. Setembro 2010.

REZENDE, Yara. **Informação para negócios: os novos agentes do conhecimento e a gestão do capital intelectual**, Brasília, v.31, n.1, p.75-83, jan./abr.2002. Disponível em: <http://www.scielo.br/pdf/ci/v31n1/a08v31n1.pdf>. Acesso em: 05 abr 2011.

REZENDE, Antônio Paulo. **Rumos da história nossos tempos**. O Brasil e o mundo contemporâneo, v. 3. Antônio Paulo Rezende, Maria Tereza Didier. São Paulo: Atual 1996. PP.3-4

RIBEIRO FILHO, José Francisco; LOPES, Jorge; PEDERNEIRAS, Marcleide, organizadores. **Estudando Teoria da Contabilidade**. São Paulo: Atlas, 2009.

SANTIAGO JR, José Renato Sátiro; SANTIAGO; José Renato Sátiro. **Capital Intelectual: o grande desafio das organizações**. São Paulo: Novatec, 2007.

SCHMIDT, Paulo; SANTOS, José Luiz dos. **Avaliação de Ativos Intangíveis**. São Paulo: Atlas, 2002.

\_\_\_\_\_, Paulo; SANTOS, Jorge Luis dos; FERNANDES, Luciane Alves. **Fundamentos da Avaliação de Ativos Intangíveis**. V. 1. São Paulo: Atlas, 2007. - (Coleção resumos de contabilidade; v. 16).

SILVA, Antônio Carlos Ribeiro da. **Metodologia da pesquisa aplicada à contabilidade: orientações de estudos, projetos, artigos, relatórios, monografias, dissertações, teses**. 2 ed. São Paulo: Atlas, 2006.

Stewart, Thomas A. **Capital Intelectual - a nova vantagem competitiva das empresas**; tradução de Ana Beatriz Rodrigues, Priscila Martins Celeste. Rio de Janeiro: Campus, Elsevier, 1998 – 18ª Reimpressão

SVEIBY, K. E. **A nova riqueza das organizações: gerenciando e avaliando patrimônios de conhecimento**. Trad. Luiz Euclydes Trindade Frazão Filho. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

TIBÚRCIO, César Augusto Silva; RODRIGUES, Fernanda Fernandes; ABREU, Robson Lopes. **Análise dos relatórios de administração das companhias abertas brasileiras: um estudo do exercício social de 2002**. (Revista de Administração Contemporânea *On-line version* ISSN 1982-7849. Rev. adm. contemp. vol.11 no.2 Curitiba Apr./June 2007 <http://dx.doi.org/10.1590/S1415-6552007000200005> ARTIGOS) Disponível em:

[http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1415-65552007000200005&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.br/scielo.php?pid=S1415-65552007000200005&script=sci_arttext). Acesso em 20 de mai 2011.

## **APÊNDICE**

## APÊNDICE A

### Matriz de Evidenciação e categorias representativas

	NE	%	RA	%	total	%
<b>Capital Intelectual</b>						
<b>1 Capital Interno</b>	6	23,1%	7	26,9%	13	50%
<b>1.1 Propriedade Intelectual</b>	2	7,7%	3	11,5%	5	19,2%
<b>1.1.1 Patentes</b>	3	3,8%	1	3,8%	2	7,7%
<b>1.1.2 Direitos Autorais</b>	0	0,0%	1	3,8%	1	3,8%
<b>1.1.3 Marcas Registradas</b>	2	3,8%	2	3,8%	2	7,7%
<b>1.2 Recursos de Infra-estrutura</b>	4	15,4%	4	15,4%	8	30,8%
<b>1.2.1 Filosofia gerencial</b>	1	3,8%	1	3,8%	2	7,7%
<b>1.2.2 Cultura Corporativa</b>	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
<b>1.2.3 Processos Gerenciais</b>	3	3,8%	1	3,8%	2	7,7%
<b>1.2.4 Sistemas de informações</b>	3	3,8%	1	3,8%	2	7,7%
<b>1.2.5 Sistemas de Relacionamentos</b>	3	3,8%	0	0,0%	1	3,8%
<b>1.2.6 Relações Financeiras</b>	0	0,0%	3	3,8%	1	3,8%
<b>2 Capital Externo</b>	5	19,2%	4	15,4%	9	34,6%
<b>2.1 Marcas</b>	0	0,0%	1	3,8%	1	3,8%
<b>2.2 Clientes</b>	1	3,8%	1	3,8%	2	7,7%
<b>2.3 Fidelidade de Clientes</b>	0	0,0%	1	3,8%	1	3,8%
<b>2.4 Nome da companhia</b>	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
<b>2.5 Canal da distribuição</b>	1	3,8%	0	0,0%	1	3,8%
<b>2.6 Colaboração dos negócios</b>	1	3,8%	0	0,0%	1	3,8%
<b>2.7 Acordo licenciado</b>	1	3,8%	1	3,8%	2	7,7%
<b>2.8 Contrato favorável</b>	1	3,8%	0	0,0%	1	3,8%
<b>2.9 Acordo de franchising</b>	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
<b>3 Competência dos funcionários</b>	3	11,5%	1	3,8%	4	15,4%
<b>3.1 Know how</b>	0	0,0%	1	3,8%	1	3,8%
<b>3.2 Educação</b>	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
<b>3.3 Qualidade vocacional</b>	0	0,0%	0	0,0%	0	0,0%
<b>3.4 Conhecimento relacionado ao trabalho</b>	3	3,8%	0	0,0%	1	3,8%
<b>3.5 Competências relacionadas ao trabalho</b>	1	3,8%	0	0,0%	1	3,8%
<b>3.6 Espírito Empreendedor</b>	1	3,8%	0	0,0%	1	3,8%
<b>Total</b>	<b>14</b>	<b>53,8%</b>	<b>12</b>	<b>46,2%</b>	<b>26</b>	<b>100%</b>