

**AJES - FACULDADE DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS E ADMINISTRAÇÃO DO
VALE DO JURUENA
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**CAPITAL INTELECTUAL: DESAFIO PARA OS
PROFISSIONAIS DA CONTABILIDADE E EMPRESÁRIOS
DE JUÍNA-MT NA ERA DO CONHECIMENTO**

Autora: Taciany Bernardo Camargo

Orientadora: Ms. Cleiva Schaurich Mativi

JUINA/2009

**AJES - FACULDADE DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS E ADMINISTRAÇÃO DO VALE
DO JURUENA
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**CAPITAL INTELECTUAL: DESAFIO PARA OS
PROFISSIONAIS DA CONTABILIDADE E EMPRESÁRIOS
DE JUÍNA-MT NA ERA DO CONHECIMENTO**

Autora: Taciany Bernardo Camargo

Orientadora: Ms. Cleiva Schaurich Mativi

Monografia apresentada ao curso de graduação em Ciências Contábeis, da Faculdade de Ciências Contábeis e Administração do Vale do Juruena como requisito parcial para obtenção do título Bacharel em Ciências Contábeis.

JUINA/2009

**AJES - FACULDADE DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS E ADMINISTRAÇÃO DO
VALE DO JURUENA
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

BANCA EXAMINADORA

Ms. Ahiram Cardoso Silva Lima

Ms. Márcio Gonçalves dos Santos

ORIENTADORA

Ms. Cleiva Schaurich Mativi

Dedico este trabalho primeiramente a Deus, pois sem ele, nada seria possível e não estaria aqui, desfrutando, destes momentos que são tão importantes em minha vida.

Aos meus queridos pais Elizabete e Mailton, pelo esforço, dedicação e compreensão, em todos os momentos desta e de outras caminhadas.

AGRADECIMENTOS

Aos amigos e colegas, em especial: Alessandro, Eloadir, Edson, Leandro, Marlene e Tatiane pelos momentos de aprendizagem constante e pela amizade solidificada, ao longo deste trabalho, que, certamente se eternizará. Agradeço pela paciência e dedicação com minha pessoa, gratidão eterna!

Aos professores, especialmente à Professora Cleiva Schaurich Mativi pela contribuição, dentro de sua área, para o desenvolvimento dessa monografia, e, principalmente pela dedicação e empenho que demonstrou no decorrer de suas atividades para comigo.

A todos aqueles que, direta ou indiretamente, colaboraram para que este trabalho consiga atingir aos objetivos proposto.

O meu sincero muito obrigada a todos vocês que me deram forças para vencer esta fase da minha vida!

“Quando os homens fracassam, o que
lhes faltou não foi inteligência: foi paixão”
(Struther Burt)

RESUMO

Atualmente, é significativa a importância adquirida pelo conhecimento como um dos principais fatores de geração de riqueza e valor das organizações de modo geral, uma vez que vivencia-se a era da Sociedade do Conhecimento, que substituiu a sociedade industrial e cujas principais características, consideradas como forças econômicas, são o talento, a inteligência e o conhecimento. O Capital Intelectual presente nas organizações através das mais diversas formas, entre elas o relacionamento desenvolvidos em seus negócios é constituído por patentes, processos, habilidades dos funcionários, tecnologias, informações sobre clientes e fornecedores e toda a sua experiência, todos elementos intangíveis, os quais representam ativos de conhecimento de uma organização e fundamentam a grande relevância em estudar os aspectos que permeiam esta temática na atual economia. Diante disto, buscou-se demonstrar o conhecimento que profissionais da contabilidade e empresários, de Juína – MT, possuem em relação à importância do Capital intelectual na Sociedade do Conhecimento. Para tal, procedeu-se a uma pesquisa bibliográfica e a um questionário fechado, com ajuda de materiais livros, artigos, periódicos, sites, coleta de dados através de questionários dirigidos aos profissionais contabilistas e empresários do município de JUINA-MT. . Os resultados demonstram que os profissionais contábeis conhecem o tema abordado e, embora desconheçam os métodos de mensuração, acreditam que o CI tem sido um diferencial no atual cenário de competitividade e, entre os empresários há dificuldade sobre o assunto, mas estes reconhecem sua importância nas empresas

Palavras Chave: Capital Intelectual. Sociedade do Conhecimento. Contabilidade.

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

ARL- Ativo Realizável a Longo Prazo

ASCOM - Associação Comercial de Juína

CI – Capital Intelectual

CVM – Comissão de Valores Mobiliários

PL – Patrimônio Líquido

LISTA DE QUADROS

Quadro 1 - Fatores para a Formação de Capital Intelectual.....	26
Quadro 2 - Fatores para Formação do <i>Goodwill</i>	31
Quadro 3 - Valores do Conhecimento.....	34
Quadro 4 - Monitor de Ativos Intangíveis.....	36

LISTA DE FIGURAS

Figura 1 – O Capital Intelectual é como a raiz e o cerne de uma árvore: não são vistos, mas são a sustentação.....	24
--	----

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 – Classe do entrevistado.....	41
Gráfico 2 – Faixa Etária (Profissional Contábil).....	41
Gráfico 3 – Faixa Etária (Empresário).....	42
Gráfico 4 – Grau de Formação (Profissional Contábil).....	42
Gráfico 5 – Grau de Formação (Empresário).....	43
Gráfico 6 – Busca estar Atualizado? (Profissional Contábil).....	43
Gráfico 7 – Busca estar Atualizado? (Empresários).....	44
Gráfico 8 – Meios utilizado para manter-se atualizado (Profissional Contábil).....	45
Gráfico 9 – Meios utilizado para manter-se atualizado (Empresários).....	45
Gráfico 10 – Definição do Capital Intelectual (Profissional Contábil).....	46
Gráfico 11 – Definição do Capital Intelectual (Empresários).....	46
Gráfico 12 – Na sua concepção o Capital Intelectual pode ser o diferencial de muitas empresas que se destacam no cenário de competitividade? (Profissional Contábil).....	47
Gráfico 13 – Na sua concepção o Capital Intelectual pode ser o diferencial de muitas empresas que se destacam no cenário de competitividade? (Empresário).....	48
Gráfico 14 – Principal preocupação do contador em relação do CI (Profissional Contábil).....	48
Gráfico 15 – Principal preocupação do contador em relação do CI (Empresário).....	49
Gráfico 16 – Característica do CI (Profissional Contábil).....	50
Gráfico 17 – Característica do CI (Empresário).....	50
Gráfico 18 – Quais são considerados CI (Profissional Contábil).....	51
Gráfico 19 – Quais são considerados CI (Empresários).....	52
Gráfico 20 – Classificação do CI (Profissional Contábil).....	52
Gráfico 21 – Classificação do CI (Empresários).....	53

Gráfico 22 – A Lei 11638/2007 trouxe benefícios quanto a classificação do CI (Profissional Contábil).....	54
Gráfico 23 – A Lei 11638/2007 trouxe benefícios quanto a classificação do CI (Empresários).....	54
Gráfico 24 – A competitividade no ambiente empresarial sofre influência de quais fatores (Profissional Contábil).....	55
Gráfico 25 – A competitividade no ambiente empresarial sofre influência de quais fatores (Empresários).....	55
Gráfico 26 – Maior dificuldade para evidenciação do CI (Profissional Contábil).....	56
Gráfico 27 – Maior dificuldade para evidenciação do CI (Empresário).....	56
Gráfico 28 - Qual o item mais ideal em relação ao CI para aumentar a qualidade de produtos/serviços (Profissional Contábil).....	57
Gráfico 29 - Qual o item mais ideal em relação ao CI para aumentar a qualidade de produtos/serviços (Empresários).....	58
Gráfico 30 – Composição do CI (Profissional Contábil).....	59
Gráfico 31 – Composição do CI (Empresários).....	59
Gráfico 32 – Conhecimento dos métodos de Mensuração (Profissional Contábil).....	60
Gráfico 33 – Conhecimento dos métodos de Mensuração (Empresários).....	60
Gráfico 34 – Fatores para formação do CI (Profissional Contábil).....	60
Gráfico 35 – Fatores para formação do CI (Empresários).....	61
Gráfico 36 – Consegue identificar o CI dentro sua empresa (Profissional Contábil).....	62
Gráfico 37 – Consegue identificar o CI dentro sua empresa (Empresários).....	62
Gráfico 38 – Importância do CI nas empresas (Profissional Contábil).....	63
Gráfico 39 – Importância do CI nas empresas (Empresários).....	63

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	14
1.1 Contextualização.....	14
1.2 Problema da Pesquisa.....	14
1.3 Hipóteses.....	15
1.4 Objetivos.....	15
1.4.1 Objetivo Geral.....	15
1.4.2 Objetivos Específicos.....	16
1.5 Delimitação da Pesquisa.....	16
1.6 Justificativa.....	16
1.7 Estrutura do Trabalho.....	17
2 REFERÊNCIAL TEÓRICO.....	18
2.1 A Contabilidade.....	18
2.1.1 Contabilidade como Sistema de Informação.....	19
2.1.2 Sociedade do Conhecimento.....	19
2.1.2.1 Contabilidade na Sociedade do Conhecimento.....	20
2.1.2.1.1 Desafio para o Profissional Contábil	21
2.2 Capital Intelectual.....	22
2.2.1 Capital Intelectual: Ativo ou Passivo?.....	27
2.2.1.1 Ativo.....	27
2.2.1.1.1 Ativo Intangível.....	28
2.3 Goodwill.....	30
2.3.1 Classificação do Goodwill.....	32
2.4 Mensuração do Capital Intelectual.....	33
2.4.1 Modelos de Mensuração do Capital Intelectual.....	33
2.4.1.1 Diferença de Valor de Mercado e Valor Contábil.....	34
2.4.1.2 Navegador do Capital Intelectual (Modelo de Stewart).....	35
2.4.1.3 Monitor de Ativos Intangíveis (Modelo de Sveiby).....	35
3 MÉTODOS DA PESQUISA.....	38
3.1 Abordagem da Pesquisa.....	38
3.2 Tipo de Pesquisa.....	38

3.3 População e Amostra.....	39
3.4 Método de Análise.....	39
4 ANÁLISES E RESULTADOS.....	41
5 CONCLUSÃO.....	65
REFERÊNCIAS.....	67
APÊNDICES.....	70

INTRODUÇÃO

1.1 Contextualização

Este trabalho visa evidenciar a importância do Capital Intelectual para a economia que vem sofrendo um processo de mudanças da sociedade industrial para a Sociedade baseada no Conhecimento.

O Capital Intelectual tornou-se um elemento chave na criação de valor para a empresa, não representando apenas conhecimento, e sim, uma combinação da aplicação e a interação desse conhecimento com a estruturação física. Essa combinação é fundamental para o sucesso empresarial.

O conhecimento passa a ser empregado como um recurso econômico indispensável dentro das organizações, auxiliando os gestores tomarem decisões certas que proporcionará crescimento às empresas. Esse conhecimento, é um novo tipo de ativo, que ao contrário de outros bens não é vendido em lojas ou fábricas, ele é alcançado por pessoas que se dedicam ao máximo com objetivo de adquirir e aplicar seus conhecimentos. Os funcionários são os ativos mais importantes das organizações, através dele as empresas podem crescer, como também, podem desaparecer diante desse cenário de competitividade das organizações.

A informação graduada e o conhecimento são armas competitivas nessa nova era. São essências para o sucesso. O mercado cria oportunidades que tornam o profissional como indispensável nas tomadas de decisões.

O Capital Intelectual é uma fonte inesgotável de recursos, sendo o ponto de partida para o sucesso das empresas.

1.2 Problema da pesquisa:

Segundo Gil, (2002, p. 26) “toda pesquisa se inicia com algum tipo de problema, ou indagação. Todavia, a conceituação adequada de problema de

pesquisa não constitui tarefa fácil, em virtude das diferentes acepções que envolvem este termo.”

Quais são os desafios impostos aos profissionais contábeis e empresários de Juína-MT, em relação ao Capital Intelectual na Sociedade do Conhecimento?

1.3 Hipóteses da pesquisa

Segundo Cervo, (2002 p. 86)

A hipótese consiste em supor conhecida a verdade ou explicação que se busca. Em linguagem científica, a hipótese equivale habilidade à suposição verossímil, depois comprovável ou denegável fatos, os quais hão de decidir, em última instância, sobre a verdade ou falsidade dos fatos que se pretende explicar.

- O Capital Intelectual trouxe desafios aos profissionais da contabilidade, passando a exigir maiores conhecimentos destes profissionais.
- O Capital Intelectual representa para os empresários um diferencial para o êxito nos negócios.
- Há dificuldade na identificação e falta de conhecimento sobre o Capital Intelectual por parte dos profissionais de Contabilidade e empresários de Juína-MT.

1.4 Objetivos

Segundo Silva, (2008, p. 51)

Nessa parte do projeto, deve ficar evidente quais os propósitos da pesquisa. O objetivo (ou objeto) do estudo deverá ser definido de forma mais evidente possível, para indicar, com clareza, o propósito do estudo. O objetivo geral é construído em uma frase ou parágrafo. Sugere-se a utilização dos verbos no infinitivo para a descrição do objetivo.

1.4.1 Objetivo Geral

Identificar entre Empresários e Profissionais Contábeis de Juína-MT os desafios trazidos pelo Capital Intelectual na nova Sociedade do Conhecimento.

1.4.2 Objetivos específicos

- Levantar estudos bibliográficos sobre o tema;
- Descrever sobre o Capital Intelectual ;
- Descrever os desafios aos empresários e aos profissionais da área contábil relativos ao Capital Intelectual;
- Verificar o conhecimento dos profissionais da Contabilidade e empresários em relação ao Capital Intelectual.

1.5 Delimitação da pesquisa

Para a realização dessa pesquisa utilizou-se como tema principal o Capital Intelectual, delimitando-se como desafio para os profissionais da contabilidade e empresários na nova era do Conhecimento, o qual foi realizado na cidade de Juína MT através de questionários aplicados aos profissionais contábeis (Contadores e técnicos em contabilidade) e empresários de Juína – MT escolhidos de forma intencional, segundo a facilidade de acesso, de acordo com a listagem fornecida pela Associação Comercial de Juína - ASCOM, no ano de 2009.

1.6 Justificativa

O grande avanço tecnológico e a globalização geraram a necessidade de identificar e mensurar o Capital Intelectual, trazendo um grande desafio para os profissionais da Contabilidade.

O tema em questão e a relevância da Contabilidade enquanto ciência surgiu do interesse de identificar o nível de compreensão que os profissionais da Contabilidade e empresários têm sobre os conceitos de Capital Intelectual e até que ponto tais conceitos fazem parte de sua realidade profissional.

Além disso, tornou-se relevante conhecer a influência do conhecimento no processo de sobrevivência e crescimento das organizações, já que o mercado encontra-se cada vez mais exigente e competitivo.

Diante desse cenário de desenvolvimento econômico e da necessidade das empresas se adequarem à Sociedade do Conhecimento, surge o interesse para estudar a importância do Capital Intelectual.

Por tudo isso justifica-se a importância do desenvolvimento do trabalho.

1.7 Estrutura do trabalho

O trabalho dividi-se em cinco capítulos.

No capítulo um foi elaborado a contextualização da pesquisa, podendo demonstrar então o problema da pesquisa, as hipóteses, os objetivos, a delimitação da pesquisa, a justificativa e a estrutura do trabalho.

No segundo capítulo consta o referencial teórico com os seguintes conteúdos: Contabilidade, Ativo, Ativo Intangível, Origem do Capital intelectual, Conceito de capital intelectual, Goodwill e Capital Intelectual, Contabilidade na Sociedade do Conhecimento, Mensuração do Capital Intelectual.

No terceiro capítulo encontram-se os métodos de pesquisas, onde estão relacionados às fontes usadas para desenvolvê-lo deste trabalho.

No quarto capítulo consta a análise de dados, que através da metodologia utilizada ocasionará com êxito essa análise obtendo bons resultados.

No quinto capítulo consta a conclusão com os objetivos alcançados da pesquisa.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 A Contabilidade

A Contabilidade é tão antiga quanto à origem do homem, ela surgiu em virtude da necessidade do homem primitivo em controlar seu patrimônio, como seu foco principal era o controle, com o passar dos anos tornou-se essencial para o comércio.

A evolução da Contabilidade desenvolveu-se com a necessidade das informações para sociedade, surgiam novas teorias à medida que seus usuários buscavam novas informações que proporcionavam cada vez uma melhor tomada de decisões.

Para Franco (1996, p. 21)

A Contabilidade é a ciência que estuda os fenômenos ocorridos no patrimônio das entidades, mediante o registro, a classificação, a demonstração expositiva, a análise e a interpretação desses fatos, com o fim de oferecer informações e orientação – necessárias à tomada de decisões – sobre a composição do patrimônio, suas variações e o resultado econômico decorrente da gestão da riqueza patrimonial.

Para Sá (1998, p. 42) “Contabilidade é a ciência que estuda os fenômenos patrimoniais, preocupando-se com realidades, evidências e comportamentos dos mesmos, em relação à eficácia das células sociais”.

Com base nos fundamentos estabelecidos pelos autores a Contabilidade é um sistema de informação e avaliação que determina através de demonstrações de análises financeiras e físicas, as tomadas de decisões aos seus usuários em relação à entidade que é o objeto da contabilidade.

De acordo com Favero (2006, p. 29)

A estrutura conceitual básica da Contabilidade emerge desse processo com a finalidade de propiciar aos contadores mecanismos que os orientem no sentido de organizar o processo de geração de informações para atender as necessidades dos usuários.

A contabilidade visa desenvolver melhores informações, facilitando aos seus usuários sua aplicação, buscando atender os anseios e as necessidades da sociedade, tendo como objetivo gerar informações para o controle da tomada de decisões.

2.1.1 Contabilidade como Sistema de Informação

A Contabilidade e o sistema de informação é o ponto chave nas empresas, contribuindo no seu desenvolvimento.

Para Iudicibus *apud* Antunes (2008, p. 67)

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

O Sistema de Informações Contábeis é um forte componente que deve estar presente nas organizações, constitui sua função é a guarda e no registro das informações, apresentando pouca força na tomada de decisão e planejamento.

Tanto a informação como o adequado gerenciamento dela são atuais fatores críticos de sucesso para uma organização, uma vez que são utilizados não apenas para a geração de conhecimento, mas também para o desenvolvimento de novas oportunidades de negócio.

2.1.2 Sociedade do Conhecimento

O Conhecimento como recurso econômico altera os ambientes econômico, social e político da sociedade. O momento atual caracteriza-se numa transição para uma Sociedade baseado no Conhecimento.

Vivencia-se em período de mudanças e avanços tecnológicos em um ritmo bem acelerado, que vem alterando os valores e a estrutura da sociedade, que encontra-se muito mais exigente.

Segundo Nonaka e Takeuchi *apud* Antunes, (2008 p. 24)

Na nova economia do conhecimento não é apenas um recurso, ao lado dos tradicionais fatores de produção – trabalho, capital e terra – mais sim o único recurso significativo atualmente (...) o fato de o conhecimento ter-se tornado o recurso, muito mais do que apenas um recurso, é o que torna singular a nova sociedade.

Observa-se que o autor enfatiza a essencialidade do conhecimento e sua importância, que é fundamental para o desenvolvimento da sociedade.

A origem do Capital Intelectual está relacionada com o surgimento da Sociedade do Conhecimento, que vem passando por diversas transformações, já que o conhecimento e as informações são fatores essenciais de produção.

O principal componente do Capital Intelectual é o conhecimento, constituindo-se elemento essencial para o funcionamento das organizações, pela combinação de ativos materiais de alta tecnologia com o CI, trazendo agilidade e melhor desempenho no processo desenvolvimento organizacional.

Esse período de diversas mudanças vem impactando o valor das organizações, o conhecimento desenvolve novas habilidades e estratégias, garantindo maior desempenho profissional e sucesso organizacional.

2.1.2.1 Contabilidade na Sociedade do Conhecimento

Analisando os reflexos do conhecimento contábil, diante de muitas alterações no cenário mundial, a Contabilidade começou atender as necessidades de informações de usuários individuais, e hoje resultou o desenvolvimento de novas formas e mais clareza em sua aplicação.

Ao considerar o recurso do conhecimento na Contabilidade, verifica-se que não retratam satisfatoriamente o real valor do conhecimento dentro das organizações.

Segundo Webster *apud* Schmidt (2002, p.26) “Conhecimento são os fatos, verdades ou princípios adquiridos a partir de estudo ou investigação. Aprendizado prático de uma arte ou habilidade; a soma do que já é conhecido com o que ainda pode ser aprendido”.

Com a globalização nota-se como a sociedade vem evoluindo, o conhecimento tornou-se um tesouro, e a contabilidade está se adaptando para

continuar exercendo com eficiência e eficácia sua função, de fornecer a seus usuários informações relevantes para a tomada de decisões.

De acordo com Stewart, (1998, p.51)

Quando o mercado de ações avalia empresas em três, quatro ou dez vezes mais que o valor contábil de seus ativos, está contando uma verdade simples, porém profunda: os ativos físicos de uma empresa baseada no conhecimento contribuem muito menos para o valor de seu produto (ou serviço) final do que os ativos intangíveis – os talentos de seus funcionários, a eficácia de seus sistemas gerenciais, o caráter de seus relacionamentos com os clientes – que, juntos, constituem seu capital intelectual. ”

Observa-se nessa nova era do Conhecimento a substituição de bens materiais e ativos físicos pelo conhecimento e que o modelo tradicional da contabilidade não tem acompanhado o ritmo de mudança, em virtude do não reconhecimento e difícil mensuração dos ativos mais valiosos encontrados nas organizações.

A existência da Sociedade do Conhecimento exige empresas e trabalhadores do conhecimento, o que faz com que o conceito de Capital Intelectual envolva todo o domínio de conhecimentos, experiência , habilidades profissionais, relacionamentos com clientes, de modo a propiciar vantagem competitiva para a empresa.

2.1.2.1.1 Desafio para o Profissional Contábil na Sociedade do Conhecimento

O avanço tecnológico vem elevando o nível de vida das pessoas, admitindo o conhecimento como recurso econômico que impõe novos paradigmas, na forma de valorizar o ser humano e a organização, gerando benefícios intangíveis que alteram o patrimônio.

Segundo Wernke (2000, p. 65)

Atualmente o diferencial entre as empresas não são as máquinas, os equipamentos e os imóveis, mas sim o somatório do conhecimento coletivo gerado e adquirido, as habilidades criativas e inventivas, os valores, atitudes e motivação das pessoas que as integram e o grau de satisfação dos clientes.

Atualmente a contabilidade vem passando por um processo de transformação, nota-se que capital intelectual vem ganhando destaque dentro das organizações, apesar, de ser um ativo intangível pode agregar grande valor aos ativos tangíveis.

Demonstrar o real valor desses ativos intangíveis dentro das organizações resultou em desafios para a contabilidade e principalmente ao profissional contábil que exerce a função de tomar decisões necessárias para o crescimento organizacional.

O papel do profissional contábil nesse cenário é de auxiliar as empresas a se desenvolverem e permanecerem competitivas no mercado, orientando e participando da gestão, conhecendo seus negócios e contribuindo para o seu sucesso.

Todas as empresas almejam obter resultados positivos e garantir seu crescimento no mercado de uma forma eficiente e prática, contando com seu Capital Intelectual, os funcionários que agregam qualidade e criatividade para a realização do trabalho resultando empresas sustentáveis.

2.2 Capital Intelectual

O Capital Intelectual é tão antigo quanto à origem da Contabilidade, diante do avanço tecnológico ele foi reconhecido e vem tornado-se um tema muito explorado nos dias atuais.

Segundo Gomes (2003, p. 60-61)

Existem três origens que marcaram a evolução do pensamento a respeito da Gestão de Capital Intelectual iniciada nas últimas décadas do século XX. Primeiramente, com o trabalho pioneiro de Hiroyntei Itami, que, em 1980, publicou estudo sobre os efeitos dos ativos invisíveis na administração de organizações japonesas. No segundo momento, destaca-se o “trabalho de um grupo de economistas (Penrose, Rumelt, Wernefelt e outros) que buscavam uma visão diferente sobre a teoria da firma, tendo sido compilada por Teece (1986), no artigo seminal Profiting from technological innovation”. E, no terceiro momento, destaca-se o trabalho de Sveiby (1986), que evidenciou a forma de controle e gerenciamento necessário às organizações em que sua produção estava baseada no conhecimento e criatividade.

Essas três origens que marcaram a evolução do Capital Intelectual serviram de base para o desenvolvimento de trabalhos relacionados ao tema que hoje é tão abrangente dentro das empresas.

Alguns autores consideram o Capital Intelectual como o ouro oculto dentro das organizações, encontrando-os em lugares especiais.

Segundo Brooking *apud* Antunes (2008 p. 78)

Capital Intelectual é uma combinação de ativos intangíveis, frutos das mudanças nas áreas da tecnologia da informação, mídia e comunicação, que trazem benefícios intangíveis para as entidades e que capacitam o funcionamento das mesmas", dividida s em quatro categorias: ativo de mercado; ativos humanos; ativos de propriedade intelectual; ativos de infra-estrutura.

- o Ativo de mercado: potencial que a empresa possui em decorrência dos intangíveis, que estão relacionados ao mercado, tais como marca, clientes, lealdade dos clientes, negócios recorrentes, negócios em andamento (*backlog*), canais de distribuições, franquias etc.;
- o Ativos humanos: os benefícios que o individuo pode proporcionar para as organizações por meio de sua *expertise*, criatividade, conhecimento, habilidade para resolver problemas, tudo visto de forma coletiva e dinâmica.
- o Ativos de propriedade intelectual: os ativos que necessitam de proteção legal para proporcionarem as organizações benefícios, tais como *know-how*, segredos industriais, *copyright*, patentes, *designs*.
- o Ativos de infra-estrutura: as tecnologias, as metodologias e os processos empregados como cultura, sistema de informação, métodos gerenciais, aceitação de risco, banco de dados de clientes etc.

O conceito de Capital Intelectual envolve toda a organização, na medida em que evidencia aspectos estruturais, de relacionamento com clientes e fornecedores, tecnológicos e de capacidade intelectual dos funcionários, os quais em conjunto se caracterizam como o CI da empresa.

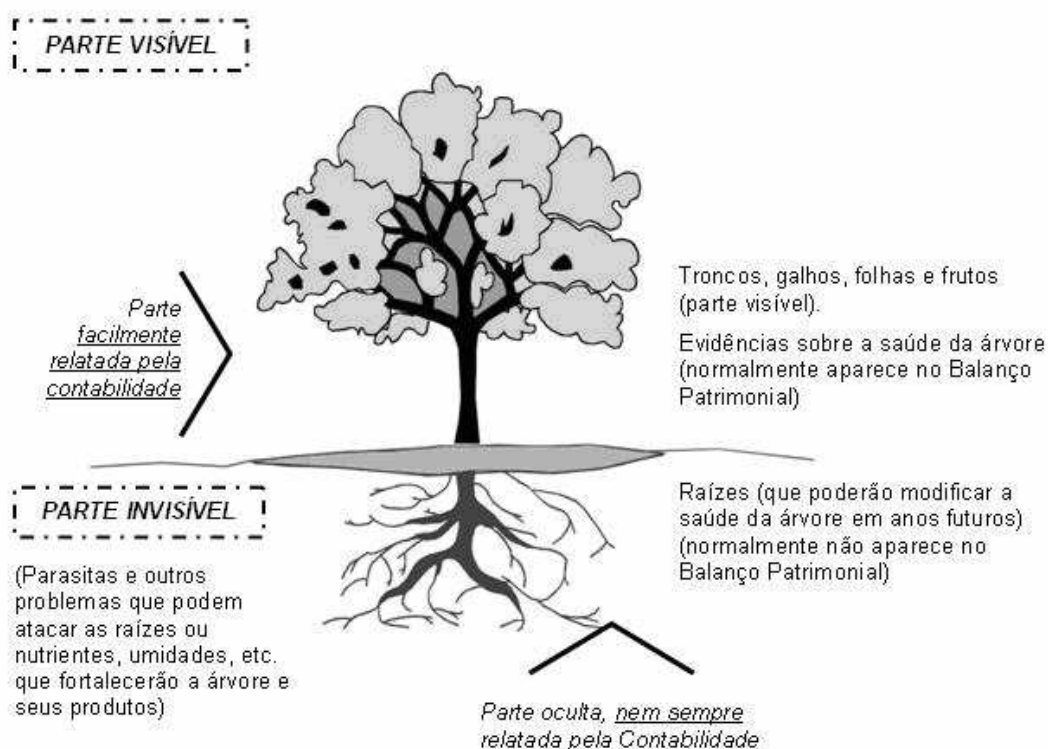
Mac Donald *apud* Stewart (1998, p.60) Define Capital Intelectual como “o conhecimento existente em uma organização e que pode ser usado para criar uma vantagem diferencial”.

Observa-se que essa definição nos diz mais sobre a composição e função do Capital Intelectual dentro da organização e não o que ele é.

Já Edvinsson & Malone *apud* Antunes (2008 p. 78)

Utilizam a linguagem metafórica, comparando a entidade à figura de uma árvore, considerando a parte visível (tronco, folhas e galhos) ao que está registrado nos organogramas, nas demonstrações financeiras; e a parte invisível - abaixo da superfície (sistemas de raízes) – ao capital intelectual, que são fatores dinâmicos ocultos que embasam a entidade visível formada por edifícios e produtos.

Figura 1 – O Capital Intelectual é como a raiz e o cerne de uma árvore: não são vistos, mas são a sustentação.



Fonte: Marion, Reflexões sobre ativo intangível.

A parte da árvore (troncos, galhos, folhas e frutos) fica visível, podendo ser facilmente mensurada. Neste aspecto não apresenta dificuldades de identificação e mensuração pela contabilidade ao avaliar estes bens. Por exemplo, a marca, as patentes e o relacionamento com clientes e fornecedores. Entretanto, a parte que não é visível é responsável, em grande parte, para o crescimento, fortalecimento,

desenvolvimento e sucesso dessa mesma empresa, sendo que esta representa para a contabilidade dificuldade de identificação e mensuração como, por exemplo, a habilidade, a criatividade, a motivação e o reconhecimento dos funcionários, as experiências, o clima organizacional e os estilos de liderança, formando um ativo de conhecimento da empresa, proporcionando o seu crescimento.

Segundo Antunes (2008, p. 85)

A urgência da Contabilidade em considerar determinados ativos intangíveis na mensuração do real valor das empresas parece ser senso comum. Os ativos intangíveis só vem sendo avaliados precisamente no momento em que a empresa é vendida.

O capital intelectual tornou-se valioso para as empresas, investir em conhecimento, informação, experiência, propriedade intelectual são fatores importantes na realização das atividades, essas novas atitudes geram maior competitividade no ambiente empresarial.

Segundo Stewart (1998, p. 124)

O capital intelectual pode ser encontrado em três lugares: nas pessoas; nas estruturas; nos clientes. O capital humano é a capacidade necessária para que os indivíduos ofereçam soluções aos clientes, é a fonte da inovação e renovação. Mas para compartilhar, transmitir e alavancar os conhecimentos, são necessários ativos estruturais, ou seja, capital estrutural é a capacidade organizacional que uma entidade possui de suprir as necessidades do mercado. Já o capital de clientes é o valor dos relacionamentos de uma entidade com as pessoas com as quais realiza operações.

O Capital Intelectual não é obtido a partir de uma das partes distintas de capital humano, estrutural e do cliente, mas entre o intercambio entre elas, cada parte distinta depende da outra. Para obter a lealdade dos clientes é necessário que se invista no capital estrutural sob forma de redes de computadores, banco de dados, boa gerencia que ocasionará satisfação do capital humano (funcionário) que atenderá seus clientes com cortesia e motivação.

O Capital Intelectual é um valioso ativo intangível que representa o valor da organização com o resultado organizado a partir de idéias e informações coerentes, capazes de serem descritas, compartilhadas e exploradas e que tenham aplicação prática.

Quadro 1 - Fatores para a Formação de Capital Intelectual

Fatores para a Formação de Capital Intelectual
Conhecimentos dos colaboradores que estejam atrelados ao atendimento dos objetivos da organização
Extremo respeito no tratamento do colaborador
Esforço da administração em alocar as pessoas certas na função adequada, de acordo com suas capacidades e habilidade.
Existência de oportunidades para desenvolvimento profissional e pessoal dos colaboradores
Avaliação do retorno sobre investimento realizado em Pesquisa & Desenvolvimento
Identificação do know-how gerado pelas atividades voltados para Pesquisa & Desenvolvimento
Identificação dos clientes fiéis
Desenvolvimento de uma estratégia proativa para a adequada gestão da propriedade intelectual
Mensuração do valor da marca
Avaliação do retorno sobre o investimento realizado nos canais de distribuição
Sinergia entre os programas de treinamento e os objetivos estratégicos

Fonte: Martins *apud* Antunes (2008, p. 38)

As principais características do CI são:

- Intangibilidade – não têm existência física;
- Volatilidade – não existe garantia da sua permanência na empresa; inconstante;
- Recurso ilimitado – único ativo que aumenta com o uso. Idéias geram novas idéias; o conhecimento compartilhado permanece com o doador e ao mesmo tempo enriquece o recebedor;
- Difícil identificação – onde encontrá-los? quem os possui? quem são os responsáveis por sua gerência?
- Difícil mensuração;
- Diversidade de formas que assume (conhecimento, pesquisa, relatórios, livros etc.).

2.2.1 Capital Intelectual: Ativo ou Passivo?

O Capital Intelectual, esse intangível difícil de ser mensurado, mas que agrega significativo valor para as organizações, onde está classificado? No ativo? ou no passivo?

Antunes (2008, p.7)

Enfatiza que o valor patrimonial da empresa é o valor contábil do seu patrimônio líquido e que os princípios de avaliação contábil utilizados não foram feitos para medir o valor de venda de uma empresa e sim para apurar o resultado de suas atividades. Afirmam, também, que “os efeitos decorrentes da existência dos elementos que compõem o Capital Intelectual, quando se refere aos fatores endógenos às empresas que influenciam seu valor de mercado e à capacidade que os elementos componentes do Capital Intelectual possuem de gerar lucros futuros”

A definição dada pelo autor é uma característica do ativo, pois é capacidade de geração de riqueza ou benefícios futuros para a organização.

Já Edvinsson e Malone (1998, p.39)

Afirmam que: a) o capital intelectual constitui informação suplementar e não subordinada às informações financeiras; b) o capital intelectual é um capital não-financeiro, e representa a lacuna oculta entre o valor de mercado e o valor contábil; e c) o capital intelectual é um passivo e não um ativo.

A definição abordada pelos autores leva em conta a propriedade do conhecimento, onde o capital humano, o conhecimento aportado pelos funcionários e utilizado para manter o funcionamento da empresa, no seu relacionamento com clientes e fornecedores, gerando obrigações para a empresa.

As duas concepções de certo modo estão corretas, entretanto o Capital Intelectual enquadra-se melhor na classificação do ativo, pois ele evidencia um melhor desempenho quando aplicado dentro da organização gerando benefícios e riquezas futuras, além do sucesso organizacional.

2.2.1.1 Ativo

Para a contabilidade o ativo representa um conjunto de bens e direitos avaliados monetariamente, que são classificados em tangíveis e intangíveis. Numa

diferenciação simples, tangíveis são aqueles que possuem existência física e os intangíveis são os que não possuem.

Em nossa realidade essas definições não são tão simples assim, gerando transtornos em itens que compõem o balanço patrimonial, principalmente aos que se referem aos ativos intangíveis afetando o real valor das organizações já que não são visíveis.

Para Martins *apud* Silva (2006, p. 26) “O ativo é o futuro resultado econômico que se espera de um agente. Os elementos do ativo são classificados em tangíveis e intangíveis, e, podem ser adquiridos ou construídos, ou até mesmo doados.”

Hendriksen e Van Breda (1999, p. 286) apontam como potenciais de fluxos de serviços ou direitos a benefícios futuros controlados por uma organização.

2.2.1.1.1 Ativo Intangível

Ativo intangível, segundo Kohler *apud* Ludícibus (1997, p. 203), é “um ativo de capital que não tem existência física, cujo valor é ilimitado pelos direitos e benefícios que antecipadamente sua posse confere ao proprietário”.

Os ativos intangíveis formam uma das áreas mais complexas da teoria da contabilidade, em parte em virtude das dificuldades de definição, mas principalmente por causa das incertezas a respeito da mensuração de seus valores e da estimação de suas vidas úteis. (...) A palavra intangível vem do latim *tangere*, ou *tocar*. Os bens intangíveis, portanto são bens que não podem ser tocados, porque não têm corpo. Mais formalmente diz-se que os ativos intangíveis são incorpóreos. (HENDRIKSEN & VAN BREDA, 1999, p.388).

Os ativos intangíveis ocupam uma posição de destaque dentro das organizações, são tesouros que estão escondidos, quando são descobertos e aplicados de forma adequada resulta eficácia e eficiência entre seus colaboradores e acima de tudo o lucro.

Para Sá (2009, p. 42)

O intangível em ciência contábil liga-se à irrelevância dos elementos físicos em contraposição à relevância da função que desempenham, ou seja, à razão inversa entre tais aspectos, sendo este princípio que justifica o conhecimento contábil.

Segundo Gomes (2003, p.47)

Os ativos intangíveis existem e possuem valor somente em combinação com os ativos tangíveis da entidade, e que, por causa dessa característica, devem ser considerados como benefícios residuais, após identificação de todos os ativos tangíveis.

Em concordância com as citações dos dois autores, os ativos imateriais proporcionam maior retorno de investimento dentro das organizações, podendo agregar valores ao ativo físico.

De acordo com Marion (2002, p. 14): “do ativo intangível os termos que mais se destacam é o Capital Intelectual e “*Goodwill*”, principalmente em função do desenvolvimento da era do conhecimento.

Com base na definição anteriormente enunciada, pode-se classificar como intangíveis os seguintes elementos:

- gastos de organização;
- marcas;
- pesquisa e desenvolvimento;
- *goodwill*;
- direitos de autoria;
- patentes;
- franquias;
- desenvolvimento de software;
- licenças;
- matrizes de gravação;
- certos investimentos de longo prazo.

No que diz respeito ao Ativo seguem as alterações introduzidas pela nova legislação:

Lei 11.638/2007 – art. 178, § 1º - alínea c: “ativo permanente, dividido em investimentos, imobilizado, intangível e diferido.

De acordo com a nova Lei 11.638/2007 serão classificados no Ativo Permanente Intangível os direitos que tenham por objeto bens incorpóreos

destinados à manutenção da companhia ou exercidos com essa finalidade, inclusive o fundo de comércio adquirido.

O Intangível, tão comentado, passa, enfim, a fazer parte do patrimônio das empresas brasileiras. Agora, as mesmas poderão mensurar o valor de suas marcas, de seu capital intelectual entre outros ativos intangíveis e provavelmente imensuráveis. Quanto a mensuração dos ativos intangíveis, é aguardado por parte da CVM uma regulamentação mais específica Lei 11638/2007.

O Ativo passou a ter somente dos grupos de Contas: Ativo Circulante e não-circulante. O grupo Permanente deixou de existir. O ARLP de grupo, virou subgrupo do Ativo Não-Circulante.

“Art. 179: VI – no intangível: os direitos que tenham por objeto bens incorpóreos destinados à manutenção da companhia ou exercícios com essa finalidade, inclusive o fundo de comércio adquirido.”

Apesar de estar presente nos ambientes empresariais nem todos ativos intangíveis são demonstrados nos relatórios contábeis.

Com essa nova classificação dos ativos intangíveis espera-se que nos balanços patrimoniais possa demonstrar com mais eficácia o grau de competitividade atual e futuro das empresas, já que as informações tradicionais do balanço não evidenciam isso.

2.3 Goodwill

O *Goodwill* é um ativo intangível de difícil identificação e mensuração.

Segundo Hendriksen e Van Breda (1999, p. 392)

Goodwill é o mais importante ativo intangível na maioria das empresas. Frequentemente, é o ativo de tratamento mais complexo porque carece de muitas das características associadas a ativos, tais como identificabilidade e separabilidade. Em consequência, sua mensuração tem recebido atenção especial.

Como o objetivo da contabilidade é fornecer informações úteis aos seus usuários torna-se necessário o conhecimento aprofundado desse ativo intangível para o crescimento da empresa e avaliação real do seu patrimônio.

Quadro 2 – Fatores para Formação do *Goodwill*

Fatores para Formação de <i>Goodwill</i>
Administração superior
Organização ou gerentes de vendas proeminentes
Fraqueza na administração de competidor
Propaganda eficaz
Processos secretos de fabricação
Boas relações com empregados
Crédito proeminente como resultado de sólida reputação
Excelente treinamento para os empregados
Alta posição perante a comunidade obtida através de ações filantrópicas e participação em atividades cívicas por parte dos administradores da organização.
Desenvolvimento desfavorável nas operações dos competidores
Associação favoráveis com outras empresas
Localização estratégica
Descoberta de talentos ou recursos estratégicos
Condições favoráveis com relação aos impostos
Legislação favorável

Fonte: Martins *apud* Antunes (2008, p. 36)

Para Martins (1972, p. 55):

O Goodwill tem sido motivo de estudos, debates, artigos, livros, legislação, concordâncias e divergências desde há muito anos. As citações e referências a ele datam de séculos atrás, mas a primeira condensação do seu significado e o primeiro trabalho sistemático tendo-o como tema central parecem ter existido em 1891.

Geralmente o valor registrado nos relatórios contábeis reflete o custo de aquisição dos bens, mas não consegue mensurar o valor intrínseco do ativo intangível, normalmente esse bens que não são passíveis de uma adequada

identificação são tratados, como *goodwill*, fatores que, por serem de difícil conceituação e identificação.

De acordo com Ribeiro, (2009, p.237) *Goodwill*, segundo as normas internacionais o fundo de comercio, é o valor que se paga a maior por ocasião da compra do total ou de parte de uma empresa.

O *goodwill* corresponde à diferença entre o valor da empresa, em termos de geração de lucros futuros, e o valor contábil de seus ativos.

Para reforçar o entendimento, Hendriksen e Van Breda (1999, p. 390) citam: em princípio, se poderia reconhecer o *Goodwill* a qualquer momento, comparando o valor de mercado de uma empresa ao valor de seus ativos físicos.

2.3.1 Classificação do Goodwill

Conforme a classificação de Coyngton *apud* Antunes (2008, p.84), o *Goodwill* assume a seguinte divisão:

Goodwill comercial: criado em função, exclusivamente, de toda a empresa, independentemente das pessoas proprietárias ou administradoras.

Goodwill pessoal: decorrente de uma ou várias pessoas que integram a empresa, sendo proprietária (s) ou administradora (s).

Goodwill profissional: desenvolvido por uma classe profissional que cria imagem que a distingue dentro da sociedade, propiciando condições de alta remuneração, como no caso dos médicos, advogados e contadores em alguns países;

Goodwill evanescente: característica de certos produtos que a moda cria e, portanto, possuem curta duração;

Goodwill de nome ou marca comercial: ocasionado pela imagem do nome da empresa que produz o produto ou da marca sob o qual é comercializado. Distingui-se do anterior pela durabilidade.

O Capital Intelectual iniciou com o *Goodwill*, quando o primeiro vendedor obteve um bom relacionamento com seu cliente gerando lucros com essa venda.

Segundo Monobe (1986, p. 65) “o Capital Intelectual do *Goodwill*, esses intangíveis, que na maioria das vezes se tornam difíceis de serem identificados e mensurados, que em alguns casos causam uma mistura de definições e conceitos.

São intangíveis que são difíceis de serem identificados e mensurados, igualmente, contribuem para os resultados da empresas, em alguns casos causam uma mistura de definições e conceitos.

De acordo com Martins, (2002, p. 52).

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

Entende-se por *Goodwill Sinérgico*, segundo Martins (2001, p. 50), aquele que persiste, mesmo que todos os ativos tangíveis e intangíveis fossem economicamente identificados e mensurados. Continuaria, assim, existindo diferença entre a soma dos ativos individuais e o seu valor global, e, portanto, um *Goodwill* infindável.

2.4 Mensuração do Capital Intelectual

A contabilidade deve procurar meios para mensurar e evidenciar o capital intelectual, talvez na forma de relatórios suplementares.

Segundo Hendriksen e Van Breda (1999, p.304)

Mensuração é o processo de atribuição de valores monetários significativos a objetos ou eventos associados a uma empresa, e obtidos de modo a permitir agregação ou desagregação, quando exigida em situações específicas.

Entre os diversos instrumentos que buscam medir o capital intelectual da empresa, destacam-se: Diferença entre o valor de mercado e o valor contábil, razão entre o valor de mercado e o valor contábil, “Q” de Tobin, Modelo de Stewart, valor intangível calculado, Modelo de Edvinsson & Malone, Modelo de Sveiby, Modelo Heurístico

2.4.1 Modelos de Mensuração do Capital Intelectual

A seguir serão expostos três modelos de mensuração do Capital Intelectual, o primeiro com ênfase financeira, o segundo com ênfase financeira e não-financeira ao mesmo tempo, ou seja, a situação deste é parcial. Já o terceiro não tem nenhuma ênfase financeira.

2.4.1.1 Diferença de Valor de Mercado e Valor Contábil

Segundo Gomes (2003, p. 71), este método é classificado como baseado em capitalização do mercado para estimar o valor do capital intelectual das empresas.

Para Santiago (2007, p.63)

O valor de mercado de uma empresa é maior que o valor contábil, de modo que tal diferença é atribuída ao capital intelectual. Ressalta-se que o valor de mercado é calculado pelo produto do valor unitário de cada ação da empresa do número total de ações.

Caracteriza-se um cálculo simples a diferença entre o patrimônio contábil e o valor de mercado, mas pode haver grande fragilidade nesse cálculo, as alterações nas taxas de juros e impactos nos valores das ações podem interferir gerando um profundo impacto no cálculo do valor do CI.

Quadro 3 – Valores do Conhecimento

Empresa	Valor de Mercado	Valor Contábil	Valor do Conhecimento
Novartis	\$122.651	\$33.783	\$88.868

Fonte: Santiago (2007, p.64)

O valor do Capital Intelectual é obtido através da diferença entre o valor de mercado com o valor dos ativos depois de pagos todos os passivos, a diferença entre o valor contábil e o de mercado se destina em remunerar a valor dos ativos intangíveis, que é o valor do conhecimento e de acordo com o quadro 3 representa 72% do valor de mercado.

2.4.1.2 Navegador do Capital Intelectual (Modelo de Stewart)

Para Stewart (1998, p. 217) nenhuma medida individual pode representar o Capital Intelectual de uma empresa.

De acordo com embasamento teórico a contabilidade do CI deve analisar o desempenho financeiro da organização de vários ângulos, assim como a contabilidade financeira analisa vários índices econômicos, o que demonstra com precisão e clareza a real situação da organização.

Stewart (1998 p. 200) inicialmente, divide as idéias apresentadas para avaliar o ativo intangível em quatro áreas:

- Capital Humano - Vendas de novos produtos (% de vendas), Atitude do funcionários e Índice de rotatividade de trabalhadores do conhecimento;
- Capital Estrutural – Giro de capital, Custo de substituição de banco de dados Razão vendas/custos de vendas, gerais & administrativas;
- Capital do Cliente – Satisfação do Cliente, Índice de retenção de clientes valor da marca.

2.4.1.3 Monitor de Ativos Intangíveis (Modelo de Sveiby)

O Monitor de Ativos Intangíveis Sveiby (1998, p.234) “tem um formato de apresentação simples que demonstra uma série de indicadores relevantes que são determinados a partir da estratégia da empresa.”

Esse modelo de mensuração evidencia ao Capital Intelectual da organização de maneira simples fácil de ser interpretada, há uma certa dificuldade em se definir os índices de acordo com a estratégia da empresa.

A avaliação dos ativos intangíveis da empresa nesse modelo de mensuração classificam em três grupos: avaliação de competência, estrutura interna e estrutura externa.

Quadro 4 - Monitor de Ativos Intangíveis

Indicadores	Avaliação da competência	Estrutura Interna	Estrutura Externa
Crescimento/ Renovação	-tempo de profissão -nível de escolaridade	-investimento na estrutura interna -investimento em sistemas de informações -contribuição dos clientes	-lucratividade por cliente
Eficiência	-proporção de profissionais -efeito alavancagem -valor agregado por profissional	-proporção do pessoal de suporte -vendas por funcionário de suporte	-índice de clientes satisfeitos -vendas por cliente
Estabilidade	-média etária -tempo de serviço -rotatividade	-idade da organização -rotatividade de suporte -taxa de novatos	-proporção de clientes -estrutura etária dos clientes -repetição de pedidos

Fonte: Sveiby (1998, p. 238).

Este monitor foi desenvolvido com base na análise do capita intelectual de Sveiby e esta forma de mensuração visa avaliar o crescimento do capital intelectual sem efetuar uma avaliação de cunho financeiro do conhecimento.

Assim, conforme Sveiby (1998, p. 239), o objetivo que tem de se medir os indicadores de crescimento, eficiência e de estabilidade é proporcionar um maior controle à administração. Neste contexto, por exemplo, na análise da estrutura externa deve-se identificar que resultados serão interessantes em uma apresentação externa, isto é, as empresas precisam se descrever com tanta precisão quanto possível, de forma que estes agentes externos, como os clientes, os concorrentes e os parceiros, possam avaliar a qualidade de sua administração.

Tem-se como objetivo mostrar para as empresas que: o crescimento, renovação, eficiência e estabilidade. São mais importantes, pois traz de forma clara e de fácil interpretação a seguinte idéia. O foco no cliente pode se dizer que

representa a estrutura externa, o foco no processo se compara a estrutura interna e o foco nos funcionários e comparado com a competência.

3 MÉTODOS DA PESQUISA

3.1 Abordagem da Pesquisa

Segundo Lakatos, (2006, p. 223), “a especificação da metodologia da pesquisa é a que abrange maior número de itens, pois responde, a um só tempo, às questões como? com quê? onde? quando?”.

Segundo Ruiz (1991, p.138): “método é um conjunto de normas-padrão que devem ser satisfeitas, caso se deseje que a pesquisa seja tida por adequadamente conduzida e capaz de levar a conclusões merecedoras de adesão racional.”

A metodologia utilizada é a pesquisa bibliográfica, utilizando materiais como, livros, artigos, periódicos, sites.

Para Cervo e Bervian *apud* Beuren (2008, p. 86)

A pesquisa bibliográfica explica um problema a partir de referências teóricas publicadas em documentos. Pode ser realizada independentemente ou como parte da pesquisa descritiva ou experimental. Ambos os casos buscam conhecer e analisar as contribuições culturais ou científicas do passado existentes sobre um determinado assunto, tema ou problema.

Já Gil (2002, p.44)

A pesquisa bibliográfica é desenvolvida mediante material já elaborado, principalmente livros e artigos científicos. Apesar de praticamente todos os outros tipos de estudo exigirem trabalho dessa natureza, há pesquisas exclusivamente desenvolvidas por meio de fonte bibliográficas.

A pesquisa utilizada foi a qualitativa.

Segundo Silva (2006, p. 20)

Pesquisa Qualitativa considera que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, isto é, um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido em números. A interpretação dos fenômenos e a atribuição de significados são básicas no processo de pesquisa qualitativa. Não requer o uso de métodos e técnicas estatísticas. O ambiente natural é a fonte direta para coleta de dados e o pesquisador é o instrumento-chave. É descritiva. Os pesquisadores tendem a analisar seus dados indutivamente. O processo e seu significado são os focos principais de abordagem.

3.2 Tipo de Pesquisa

Na seqüência procedeu-se à um levantamento do universo da pesquisa e utilizou-se a técnica de questionário.

Segundo Gil (2002, p. 111), as pesquisas de levantamento

Se caracterizam pela interrogação direta das pessoas cujo comportamento se deseja conhecer. Basicamente, procede-se a solicitação de informações a um grupo significativo de pessoas acerca do problema estudado para em seguida, mediante análise quantitativa, obter as conclusões correspondentes aos dados coletados.

De acordo com Gil (2002, p.116)

Questionário é uma técnica de investigação composta por um número mais ou menos elevado de questões apresentadas por escrito às pessoas, tendo como objetivo o conhecimento de suas opiniões, crenças, sentimentos, interesses, expectativas, situações vivenciadas.

3.3 População e Amostra

A população ou universo da pesquisa é a totalidade de elementos distintos que possui certa paridade nas características definidas por um determinado estudo.

A pesquisa de campo foi direcionada ao universo de 22 profissionais contábeis (contadores e técnicos) de Juína – MT, de acordo com a listagem fornecida pela Delegacia do Conselho Regional de Contabilidade do Estado do Mato Grosso, em Juína, e, também a amostra de 30% dos empresários locais de forma aleatória, segundo a listagem fornecida pela Associação Comercial de Juína – ASCOM onde constam 233 empresas associadas. Retornaram os questionários de 18 profissionais contábeis (contadores e técnicos) e 55 empresários, representando 90% e 78% respectivamente, da amostra selecionada.

Para Marconi e Lakatos (2006 p.41) “entendem a população ou universo como o conjunto de seres animados ou inanimados que apresentam pelo menos uma característica em comum.”

3.4 Método de Análise

O método da pesquisa foi o indutivo.

Segundo Lakatos e Marconi (2006, p.53)

Indução é um processo mental por intermédio do qual, partindo de dados particulares, suficientemente constatados, infere-se uma verdade geral ou

universal, não contida nas partes examinadoras. Portanto, o objetivo dos argumentos é levar a conclusões cujo conteúdo é muito mais amplo do que as premissas nas quais se basearam.

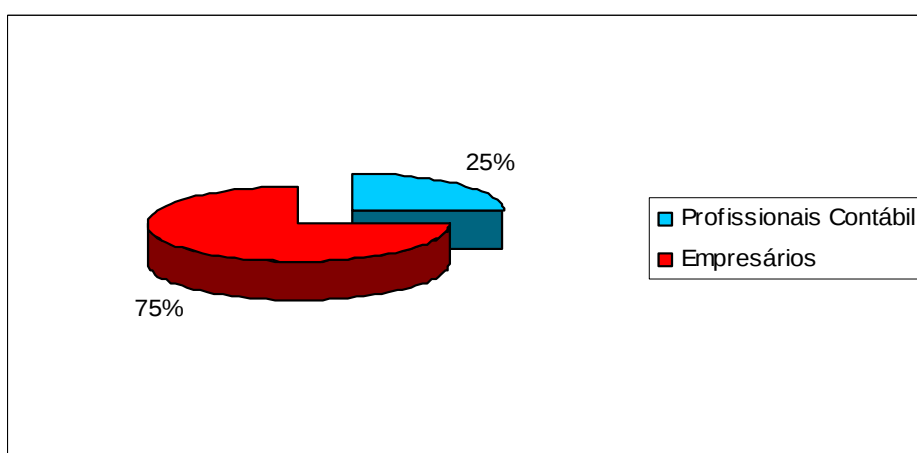
A pesquisa buscou evidenciar o conhecimento dos profissionais contábeis e dos empresários, utilizando a técnica de questionário para a coleta de dados para o desenvolvimento do assunto abordado. A interpretação desses dados através da sua tabulação em gráficos proporcionará transcrever a intenção das respostas. Traz consigo evidências da atual situação que envolve os profissionais contábeis e empresários, pois devido à globalização e o grande avanço tecnológico, essas duas classes devem estar preparadas e atualizadas na nova sociedade do conhecimento para encarar a competitividade do mercado que está cada vez mais exigente.

Os resultados da pesquisa estão demonstrados através de representação gráfica e abordagem discursiva.

4 ANÁLISES E RESULTADOS

Para atender aos objetivos do trabalho, os dados obtidos pela pesquisa foram tabulados e as informações obtidas serão elencadas nos gráficos a seguir evidenciando-se os pontos mais relevantes.

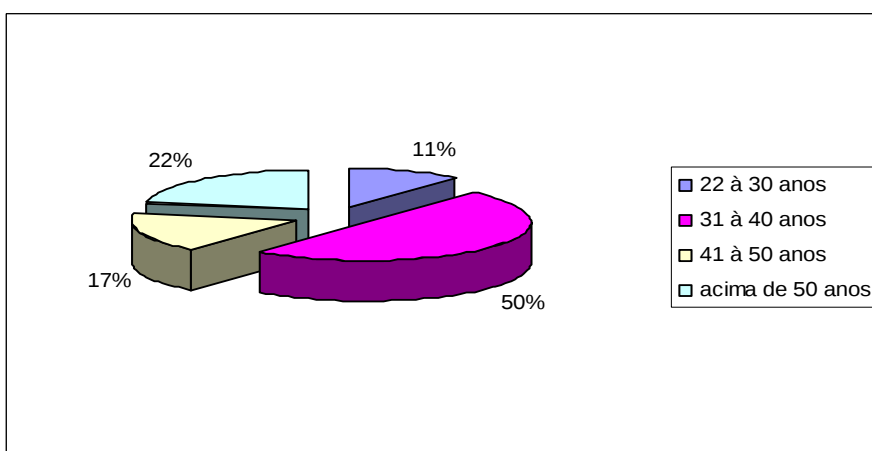
Gráfico 1 – Classe do entrevistado



Fonte: Elaborado pelo autor.

O Gráfico 1 evidencia a realidade da população pesquisada, sendo composta de 25% de profissionais de contabilidade e 75% de empresários.

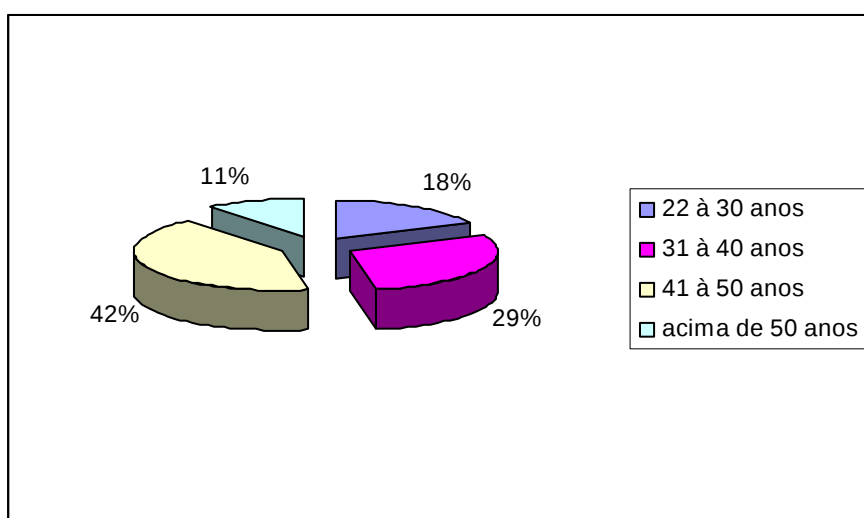
Gráfico 2 – Faixa Etária (Profissional Contábil)



Fonte: Elaborado pelo autor.

O gráfico 2 retrata dentro da participação dos profissionais da contabilidade as suas respectivas idades. Este dado é importante, pois demonstra o perfil dos entrevistados, o qual na presente pesquisa é formado em sua maioria por profissionais de 31 a 40 anos.

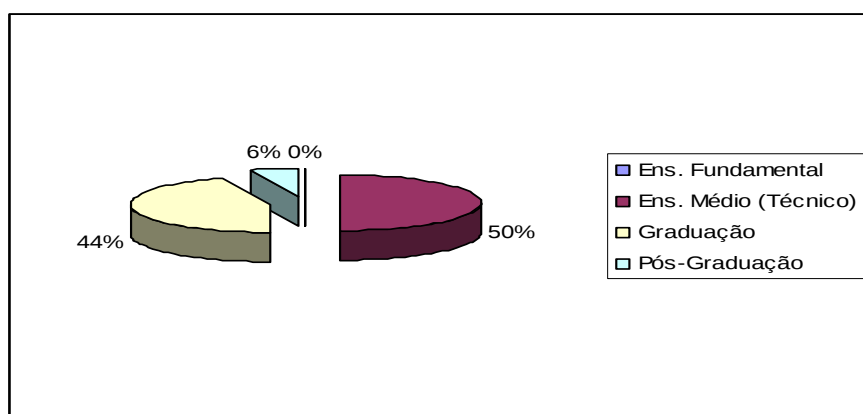
Gráfico 3 – Faixa Etária (Empresário)



Fonte: Elaborado pelo autor.

O gráfico 3 evidencia que a faixa etária preponderante entre os empresários está um nível acima da maioria observada entre os profissionais da contabilidade, demonstrando que tem-se na população pesquisa um contingente jovem de profissionais prestando serviços à empresários mais maduros.

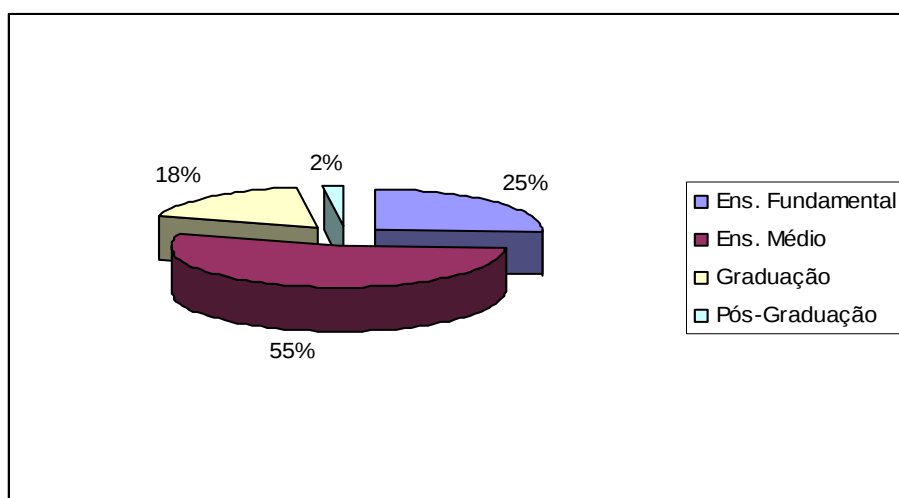
Gráfico 4 – Grau de Formação (Profissional Contábil)



Fonte: Elaborado pelo autor.

O gráfico 4 relata qual a formação profissional contador ou técnico em contabilidade, no município de Juina com uma porcentagem de 50% os profissionais que são contadores, e com a porcentagem de 50% o número de profissionais que são técnicos em contabilidade.

Gráfico 5 – Grau de Formação (Empresário)

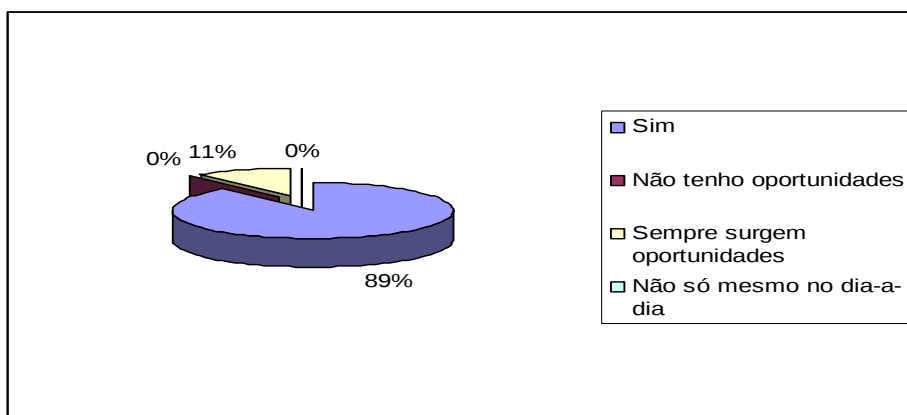


Fonte: Elaborado pelo autor.

A questão em foco e os resultados obtidos com essa pergunta serão relevantes para o resultado da pesquisa.

O perfil dos empresários evidenciado no gráfico 5 em relação ao grau de formação demonstra que a maioria possui o ensino médio, seguido do ensino fundamental, sendo que 20% possuem graduação e 2% pós-graduação.

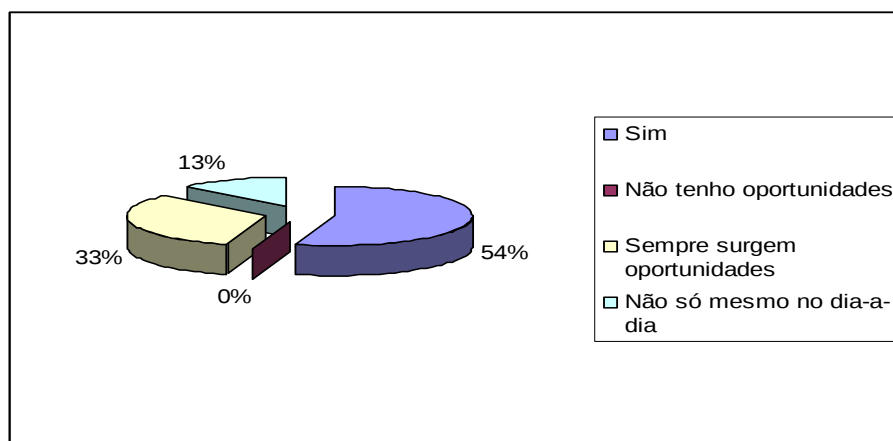
Gráfico 6 – Busca estar Atualizado? (Profissional Contábil)



Fonte: Elaborado pelo autor.

Conforme o gráfico 6, que evidencia o interesse de se atualizar, pois um dos fatores preocupantes da nova era do conhecimento é se realmente os profissionais estão se preparando para as exigências do mercado, pois vivemos num mercado muito competitivo onde as chances são inúmeras. Observa-se uma porcentagem avançada onde 89% dizem SIM que buscam se atualizar, o conhecimento nas atividades organizacionais tem sido o diferencial de muitas empresas bem sucedidas no mercado. Já uma porcentagem de 11% mencionaram que tem contato com as atualizações das informações só mesmo no dia-a-dia.

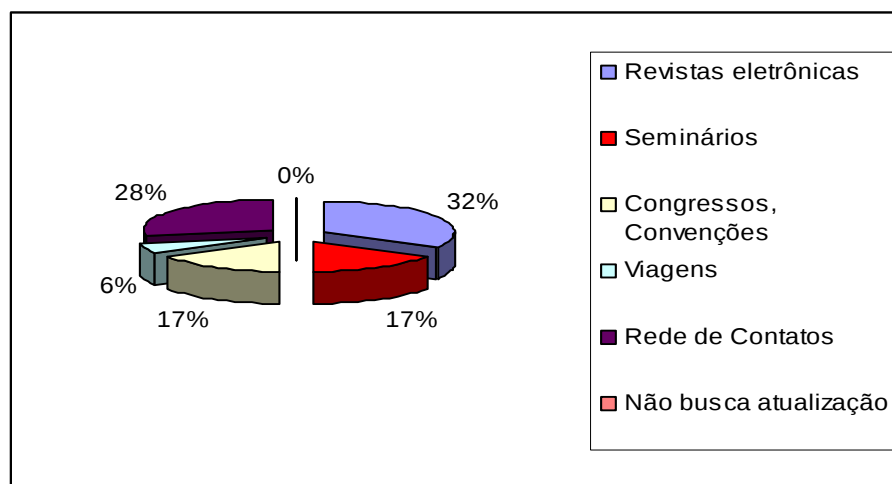
Gráfico 7 – Busca estar Atualizado? (Empresários)



Fonte: Elaborado pelo autor.

Os empresários também se preocupam em estar atualizados onde a maioria (54%) dizem SIM, que buscam se atualizar, as informações como o adequado gerenciamento delas são atuais fatores críticos de sucesso para as organizações. Já 33% dizem que sempre surgem oportunidades e 13% só ficam sabendo das novidades no dia-a-dia. Observa-se, portanto que 87% dos entrevistados preocupam-se em estar atualizados.

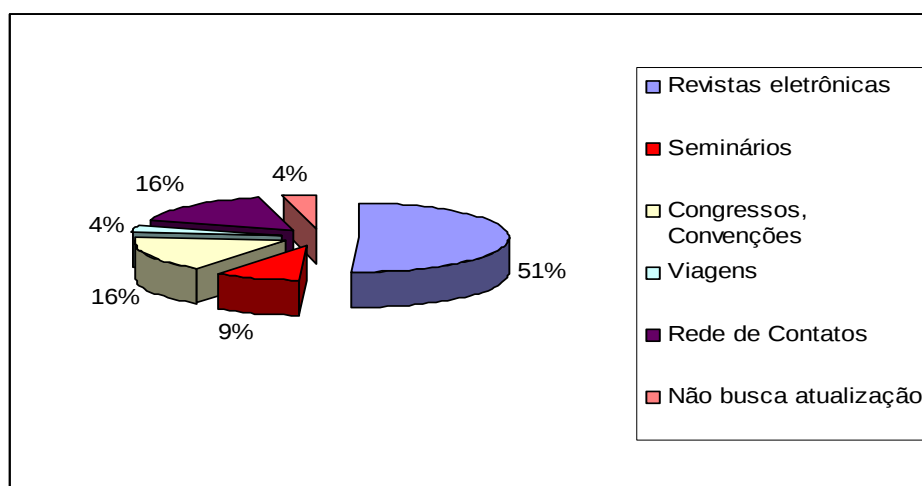
Gráfico 8 – Meios utilizado para manter-se atualizado (Profissional Contábil)



Fonte: Elaborado pelo autor.

De acordo com o gráfico 8, quais meios utilizados para se atualizar, demonstra que os profissionais utilizam diversos meios para manter-se atualizados, onde a grande maioria (60%) optam por revistas eletrônicas e redes de contatos pela melhor disponibilidade. Com uma porcentagem menor fica os meios por seminários, congressos, convenções e viagens, motivo destes meios seria a distancia da nossa região para os grandes centros onde acontecem esses eventos com mais freqüência.

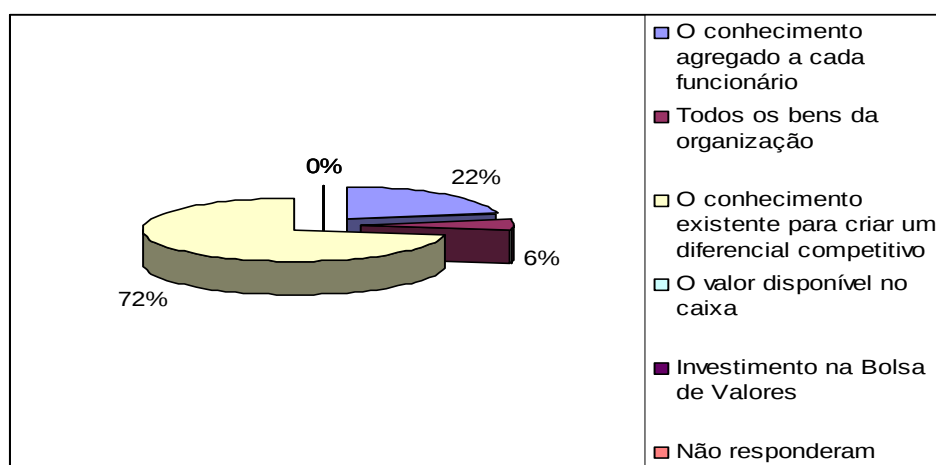
Gráfico 9 – Meios utilizado para manter-se atualizado (Empresários)



Fonte: Elaborado pelo autor.

Conforme o gráfico 9 os empresários utilizam diversos meios para atualizar-se, onde 51% optaram por revistas eletrônicas, já 4% não preocupam-se em utilizar esses meios para se atualizar, ficando um número menor do percentual distribuído para seminários, congressos, viagens e redes de contatos.

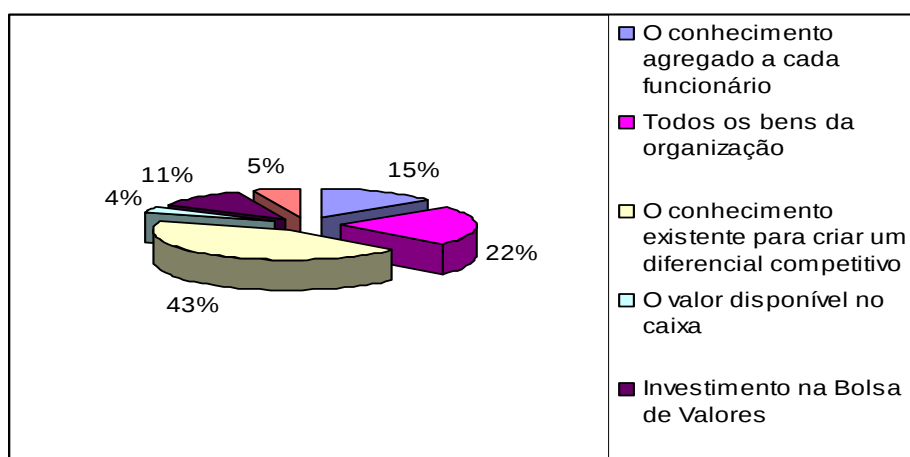
Gráfico 10 – Definição do Capital Intelectual (Profissional Contábil)



Fonte: Elaborado pelo autor.

A partir do gráfico 10, a questão em foco começa abranger o nosso tema que é o Capital Intelectual, onde se pergunta a definição do CI, 72% responderam corretamente a pergunta, demonstra que a maioria dos profissionais tem noções do tema abordado, já 22% dizem que é o conhecimento agregado a cada funcionário e 6% todos os bens da organização.

Gráfico 11 – Definição do Capital Intelectual (Empresários)

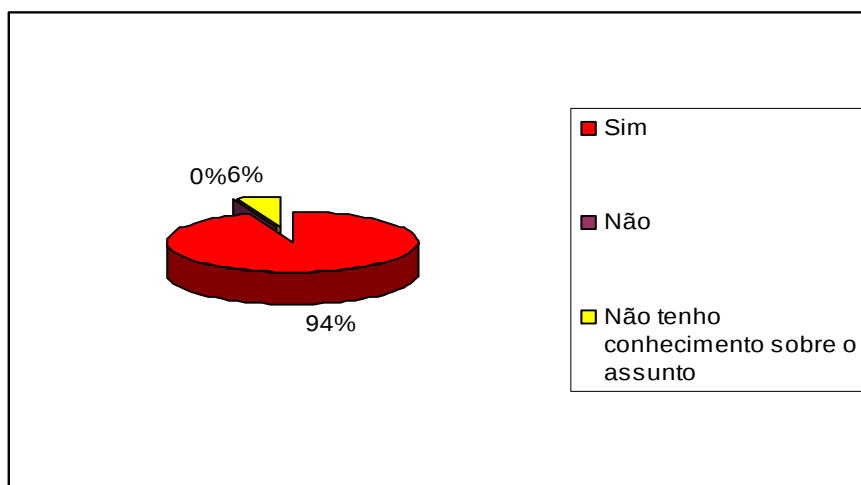


Fonte: Elaborado pelo autor.

Conforme o gráfico 11 que evidencia o grau de conhecimento dos empresários em relação ao tema abordado, nota-se que a maioria dos entrevistados desconhece do assunto, onde 43% responderam corretamente, restando um elevado percentual as alternativas não coerentes ao tema.

Ao analisar os resultados dos gráficos 11 e 12 pode-se inferir que os profissionais da contabilidade podem informar seus clientes sobre a importância de conhecerem os conceitos do Capital Intelectual e como melhorar sua competitividade empresarial a partir destes conceitos.

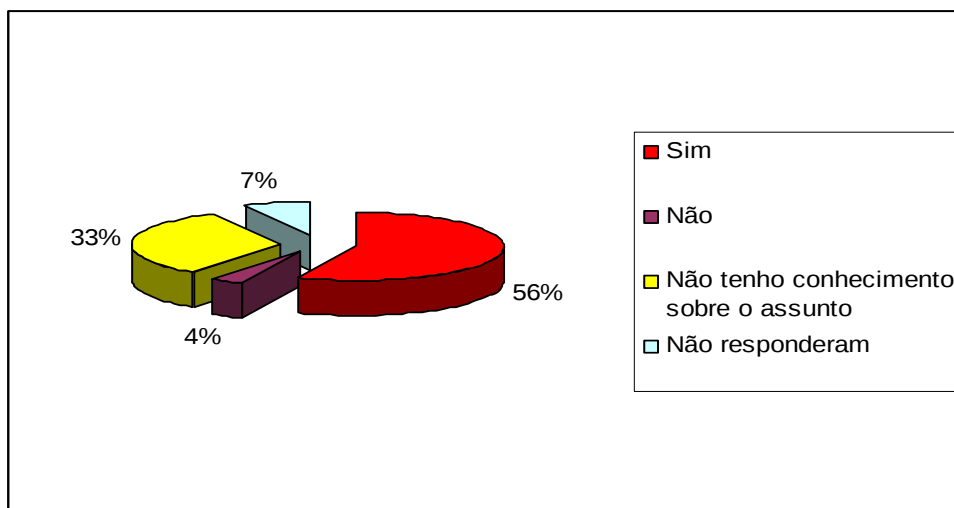
Gráfico 12 – Na sua concepção o Capital Intelectual pode ser o diferencial de muitas empresas que se destacam no cenário de competitividade? (Profissional Contábil)



Fonte: Elaborado pelo autor.

O gráfico 12 demonstra que 94% acreditam que o Capital Intelectual pode ser o diferencial de muitas empresas que se destacam no cenário de competitividade, essa pergunta busca identificar como os profissionais estão atentos e acompanhando as mudanças do mercado que este cada vez mais competitivo e exigente.

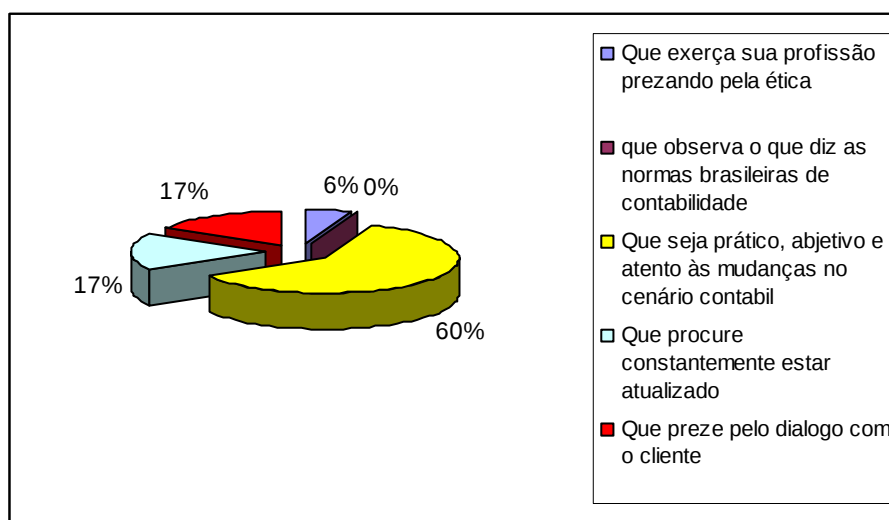
Gráfico 13 – Na sua concepção o Capital Intelectual pode ser o diferencial de muitas empresas que se destacam no cenário de competitividade? (Empresário)



Fonte: Elaborado pelo autor.

O gráfico 13 evidencia a opinião dos empresários, visto que, 56% afirmam que o CI pode ser o diferencial de muitas empresas, entretanto, 33% desconhecem o assunto o que ocasiona um certo grau de dificuldade para responder o questionário, 7 % dizem que o CI não é um diferencial para as empresas e 4% não responderam.

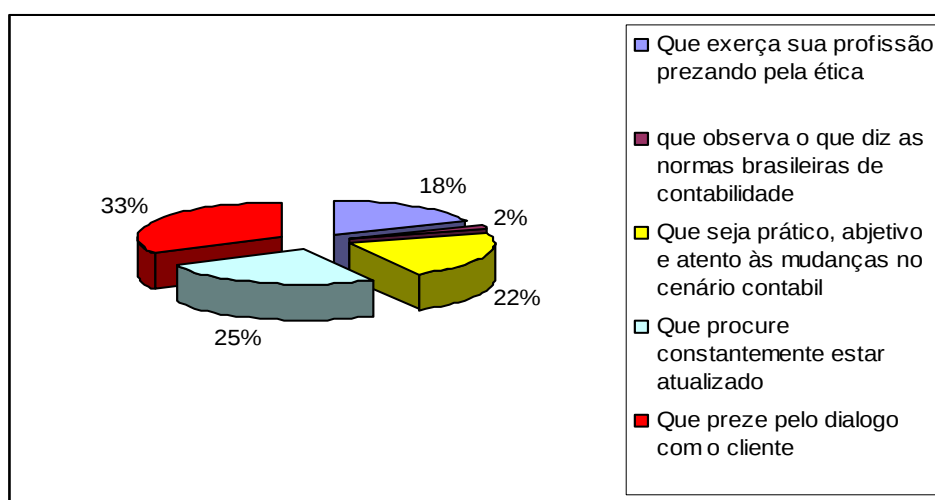
Gráfico 14 – Principal preocupação profissional contábil em relação do CI



Fonte: Elaborado pelo autor.

Conforme o gráfico 14 pode-se inferir que a maioria dos profissionais (60%) está preocupado com o capital intelectual em termos práticos, objetivos e estão atentos às mudanças no cenário contábil, seguidos daqueles que buscam constantemente estarem atualizados (17%).

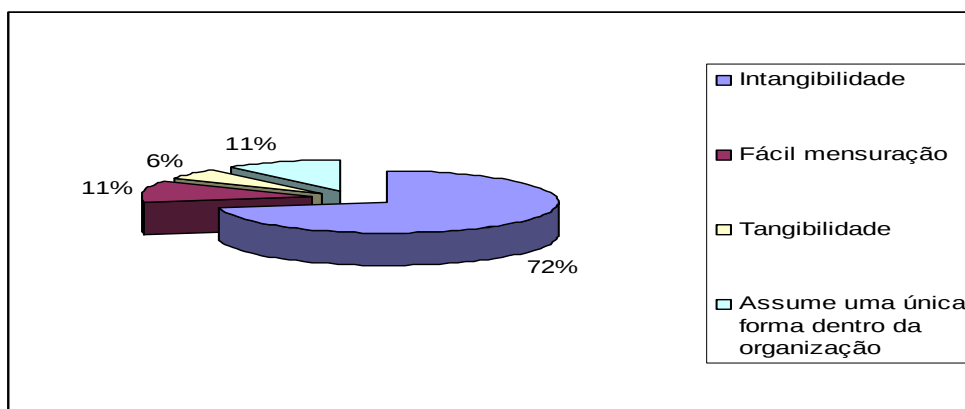
Gráfico 15 – Principal preocupação do empresário em relação do CI (Empresário)



Fonte: Elaborado pelo autor.

O gráfico 15 evidencia que a principal preocupação dos empresários em relação ao capital intelectual é manter o diálogo com os clientes (33%), seguida daqueles que acreditam que é preciso buscar a atualização constante (25%) e daqueles que primam pela ética (18%).

Gráfico 16 – Característica do CI (Profissional Contábil)

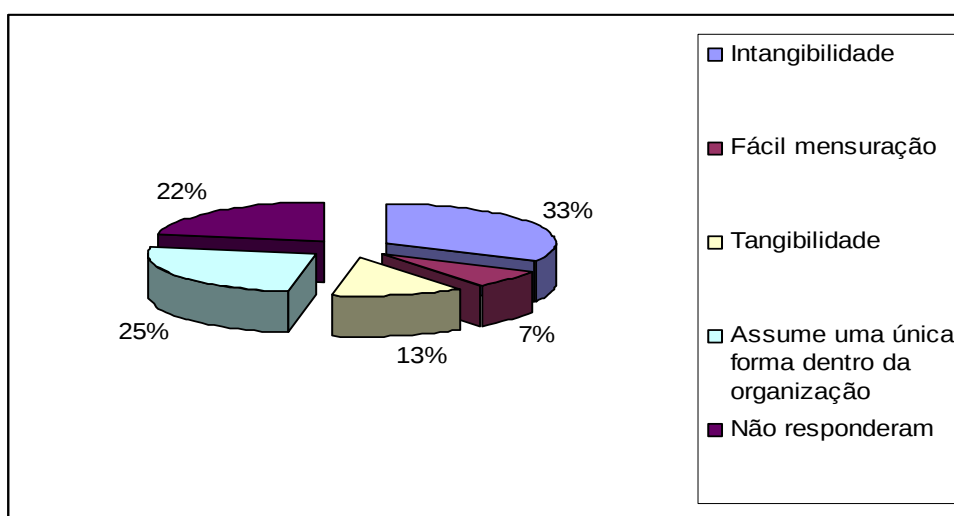


Fonte: Elaborado pelo autor.

De acordo com o gráfico 16 foi perguntado uma característica do CI.

Essa questão foi elaborada para determinar o grau de conhecimento dos Profissionais Contábeis em relação ao CI, visto que 72% responderam corretamente pois a principal característica do CI é a intangibilidade, já 11% dizem que é a fácil mensuração, quando na realidade a mensuração desse intangível é ainda um desafio para a Contabilidade, 11% acreditam que o CI assume uma única forma dentro da organização e 6% dizem que o CI é tangível.

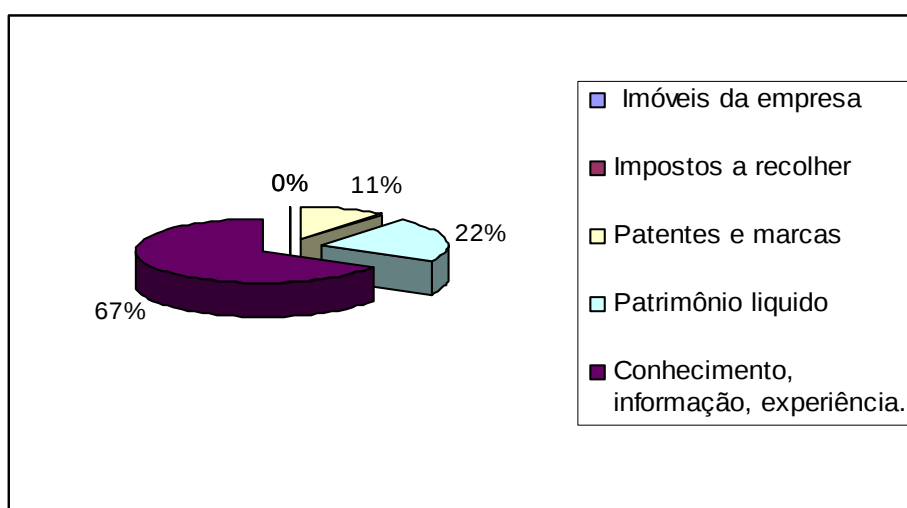
Gráfico 17– Característica do CI (Empresário)



Fonte: Elaborado pelo autor.

O gráfico 17 demonstra um conhecimento insipiente dos empresário em relação ao CI, os percentuais ficam bem divididos de acordo com as alternativas. Com 33% afirmam que a característica do CI é a intangibilidade, já 25% dizem que assume uma única forma dentro da organização, 22% não responderam a pergunta, 13% acredita que o CI é tangível e 7% de fácil mensuração.

Gráfico 18 – Quais itens são considerados CI (Profissional Contábil)

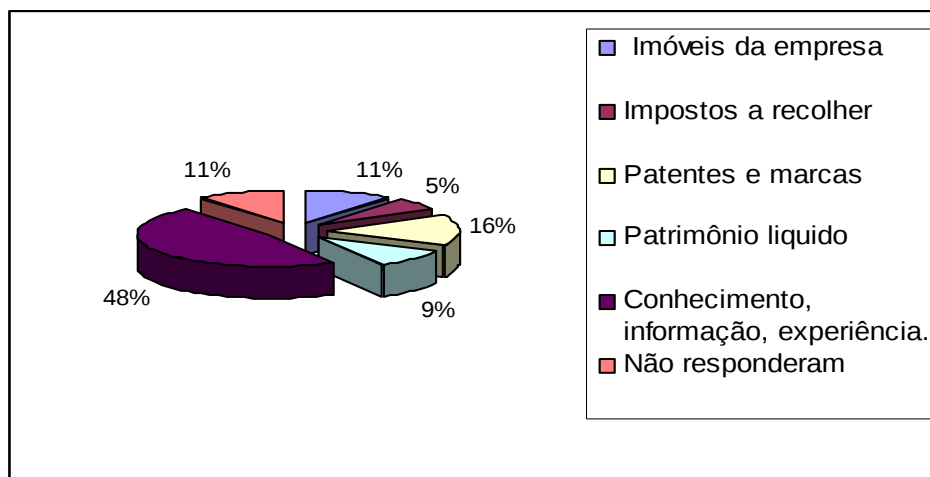


Fonte: Elaborado pelo autor.

De acordo com o gráfico 18 que visa demonstrar dentre os itens a melhor classificação do CI, onde 67% dos profissionais afirmam que é o Conhecimento e 11% identificam como marcas e patentes, já 22% dizem é o Patrimônio Líquido, sabe-se que o PL representa os valores que os sócios ou acionistas têm na empresa em um determinado momento.

Observa-se neste gráfico, portanto, que um total de 78% reconhecem de modo correto os itens que compõe o capital intelectual.

Gráfico 19 – Quais itens são considerados CI (Empresários)

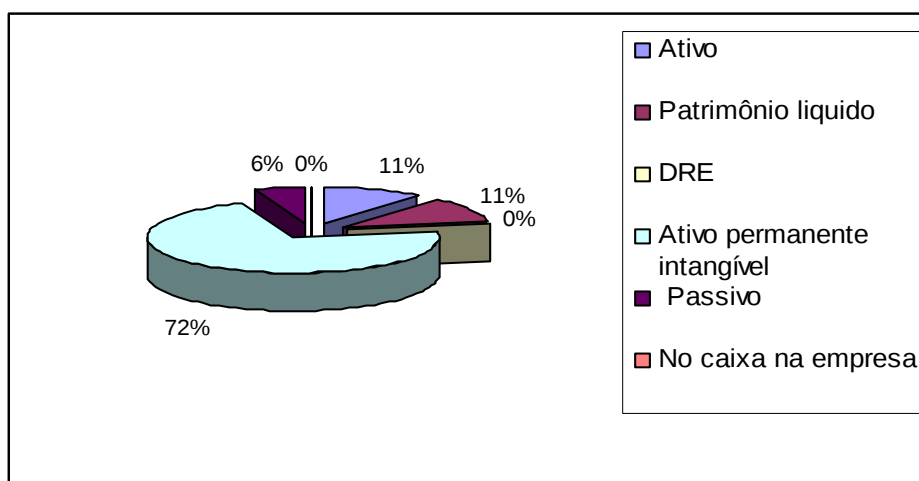


Fonte: Elaborado pelo autor.

O gráfico 19 demonstra a opinião dos empresários em relação os itens que melhor classificação do CI, onde 48% acreditam que sejam o Conhecimento, informação e experiência, 16% marcas e patentes, 36% subdividi-se nos demais itens, observa-se que 11% dos empresários não responderam à questão.

Observa-se neste gráfico, portanto, que um total de 64% reconhecem de modo correto os itens que compõe o capital intelectual.

Gráfico 20 – Classificação do CI (Profissional Contábil)

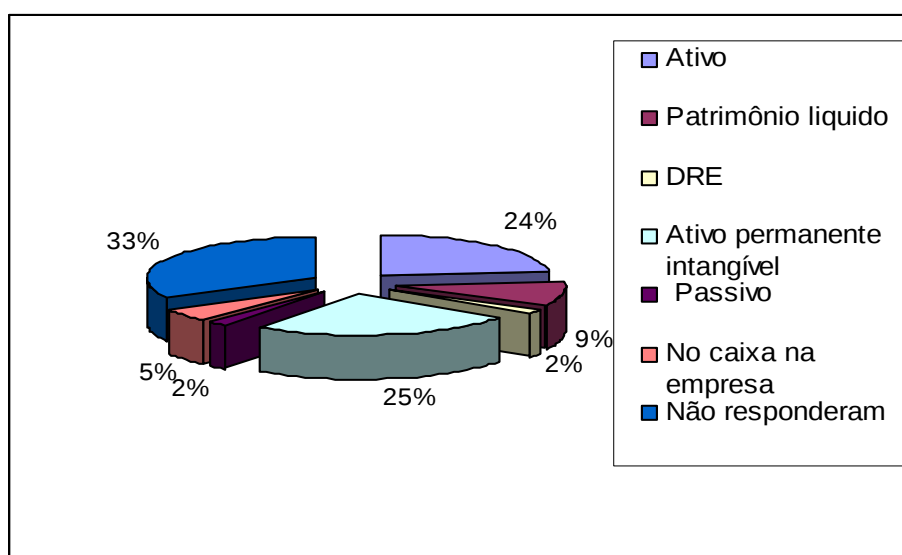


Fonte: Elaborado pelo autor.

O gráfico 20 evidencia o grau de conhecimento dos entrevistados em relação à classificação do CI na Contabilidade, visto que a maioria dos profissionais contábeis não tiveram dificuldade em responder, 72% dizem que o CI está classificado no Ativo Permanente Intangível, 11% acreditam que seja Ativo, embora alguns ainda estejam equivocados em relação à classificação do CI, pois 6% acreditam que seja no Passivo e 11% no PL.

O CI está classificado no Ativo Permanente Intangível, entretanto é considerado Ativo.

Gráfico 21 – Classificação do CI (Empresários)

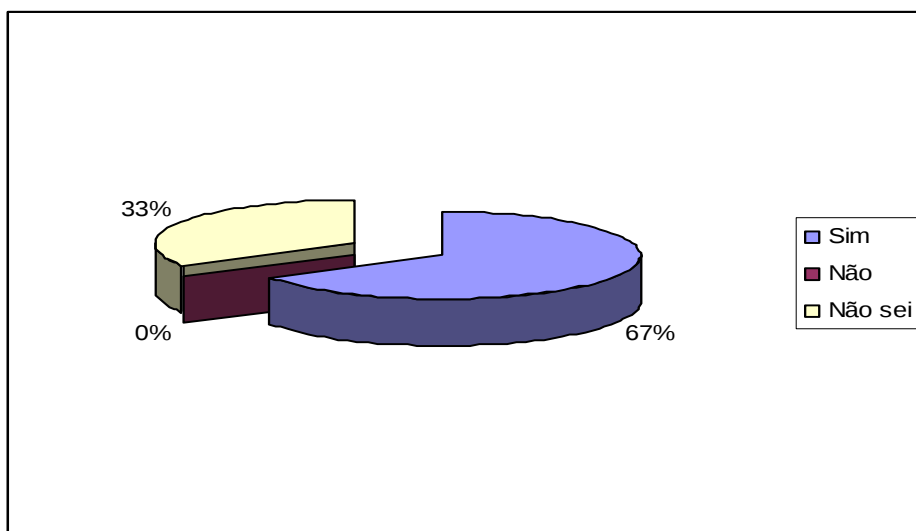


Fonte: Elaborado pelo autor.

O gráfico 21 demonstra que os empresários tiveram dificuldade em responder, onde a maioria (33%) não respondeu à questão, suponha-se pela falta de conhecimento do assunto e baixa escolaridade, 24% dizem que se classifica no Ativo e apenas 25% acreditam que o CI se classifica no Ativo Permanente Intangível.

Observa-se neste gráfico, portanto, que um total de 49% reconhecem a classificação correta do CI.

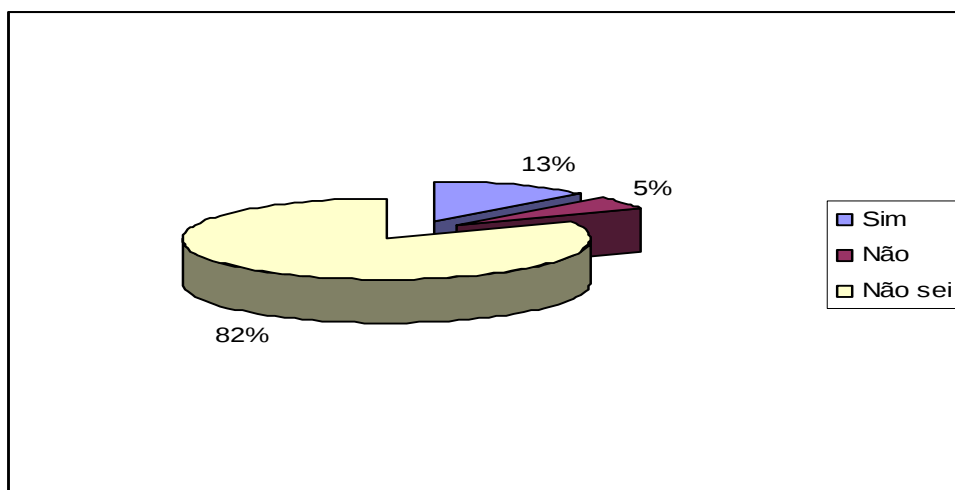
Gráfico 22 – A Lei 11638/2007 trouxe benefícios quanto à classificação do CI (Profissional Contábil)



Fonte: Elaborado pelo autor.

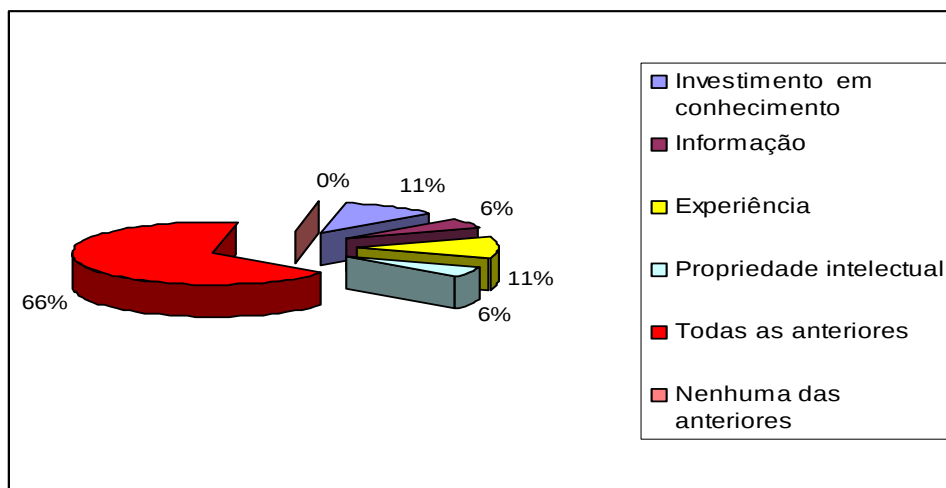
Em relação aos gráficos 22 e 23 que visam demonstrar a opinião das classes entrevistadas a respeito dos benefícios da Lei 11.638/07 para a classificação do CI no balanço patrimonial, observa-se o percentual de 67% dos profissionais contábeis e 13% dos empresários que disseram SIM, que essa lei trouxe benefícios, pois, no ativo permanente haverá o subgrupo destinado aos intangíveis, 33% dos profissionais contábeis e 82% dos empresários desconhecem a lei.

Gráfico 23 – A Lei 11638/2007 trouxe benefícios quanto à classificação do CI (Empresários)



Fonte: Elaborado pelo autor.

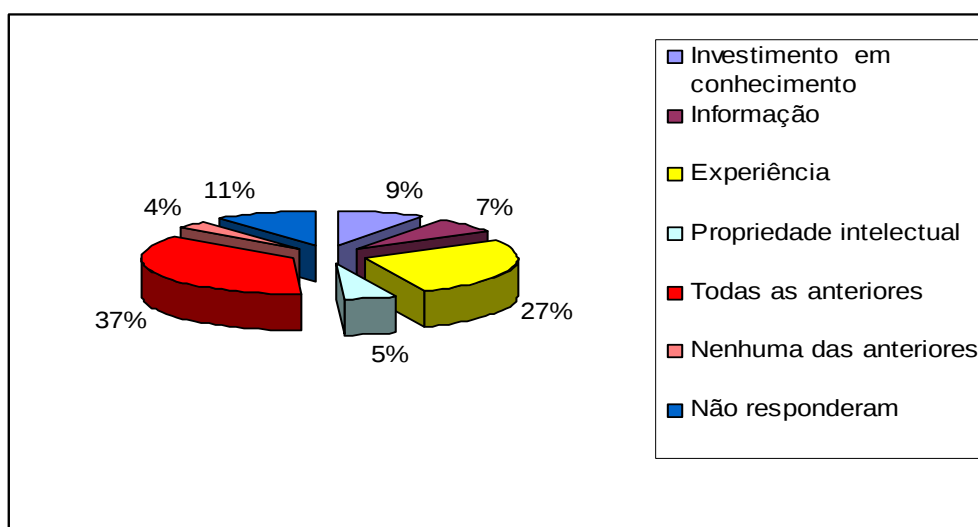
Gráfico 24 – A competitividade no ambiente empresarial sofre influência de quais fatores (Profissional Contábil)



Fonte: Elaborado pelo autor.

O gráfico 24 evidencia os principais fatores que influenciam a competitividade do ambiente empresarial 66% dos profissionais contábeis disseram que são os 4 itens aplicados em conjunto (investimento em conhecimento, informação, experiência e propriedade intelectual), restando menores percentuais para os demais itens.

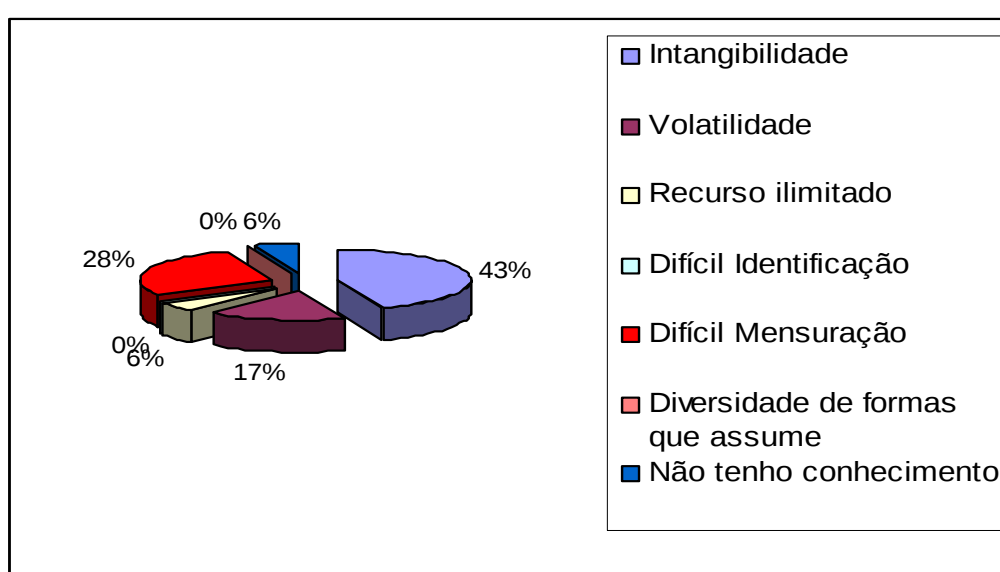
Gráfico 25 – A competitividade no ambiente empresarial sofre influência de quais fatores (Empresários)



Fonte: Elaborado pelo autor.

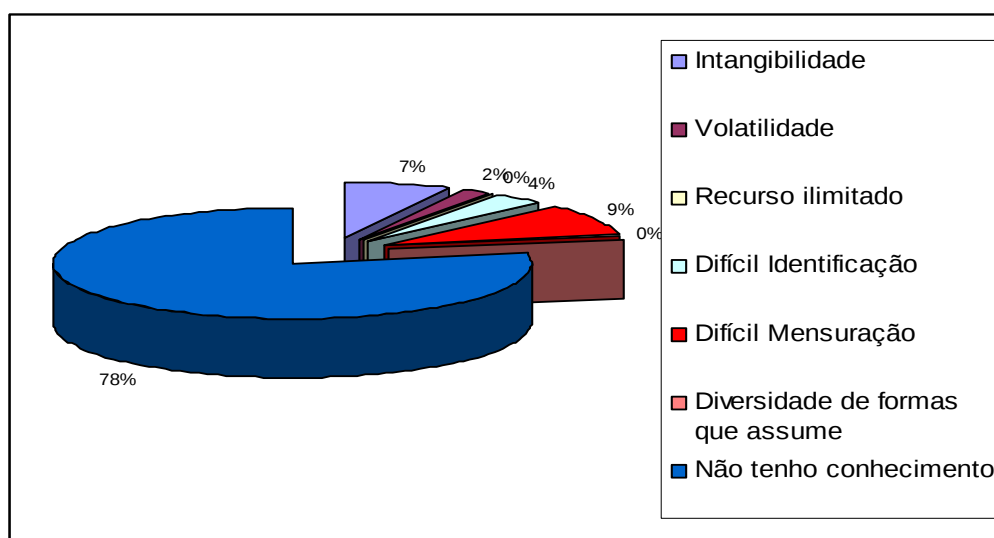
Entre os empresários houve um resultado bem diversificado quanto aos percentuais, 37% dizem que a competitividade no ambiente empresarial sofre a influência dos 4 itens aplicados em conjunto, 27% acreditam que seja a experiência, ficando percentuais reduzidos para as outras alternativas.

Gráfico 26 – Maior dificuldade para evidenciação do CI (Profissional Contábil)



Fonte: Elaborado pelo autor.

Gráfico 27 – Maior dificuldade para evidenciação do CI (Empresário)



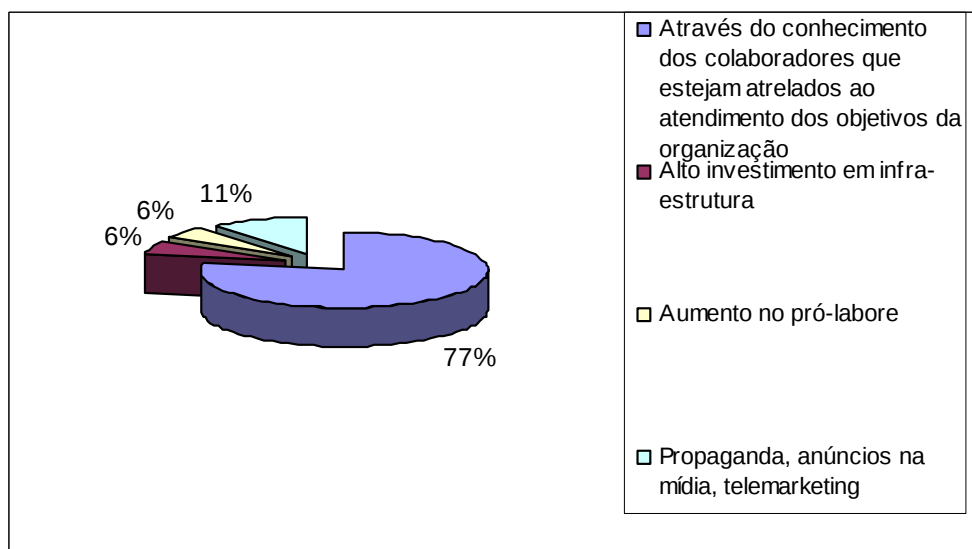
Fonte: Elaborado pelo autor.

Os gráficos 26 e 27 apresentam as respostas à pergunta: qual a maior dificuldade para evidenciação do CI, segundo profissionais e empresários, respectivamente.

Essa pergunta foi realizada com a finalidade de saber mais a fundo o grau de conhecimento das 2 classes em relação ao CI, visto que, 43% dos profissionais disseram que é a intangibilidade que dificulta a evidenciação do CI, já 28% dizem que é a difícil mensuração, 17% volatilidade, 6% não possui conhecimento do assunto e 6% acreditam que sejam recursos ilimitados, todas as alternativas da pergunta dificultam de forma ou de outra a evidenciação do CI.

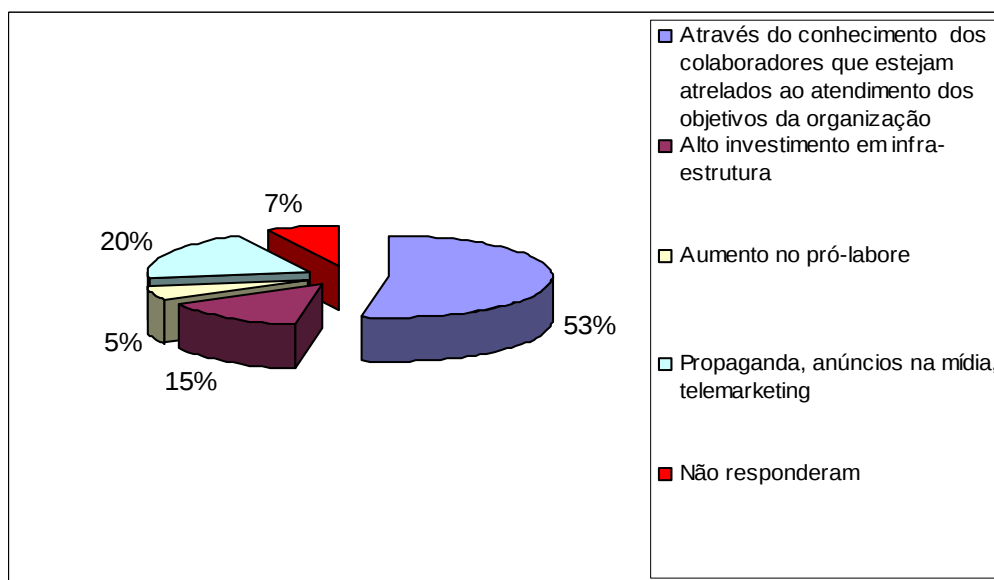
Os empresários, conforme o percentual de 78%, demonstram que não tem conhecimento em relação a evidenciação do CI, restando percentuais relativamente menor para as outras alternativas.

Gráfico 28 - Qual o item mais ideal em relação ao CI para aumentar a qualidade de produtos/serviços (Profissional Contábil)



Fonte: Elaborado pelo autor.

Gráfico 29 - Qual o item mais ideal em relação ao CI para aumentar a qualidade de produtos/serviços (Empresários)



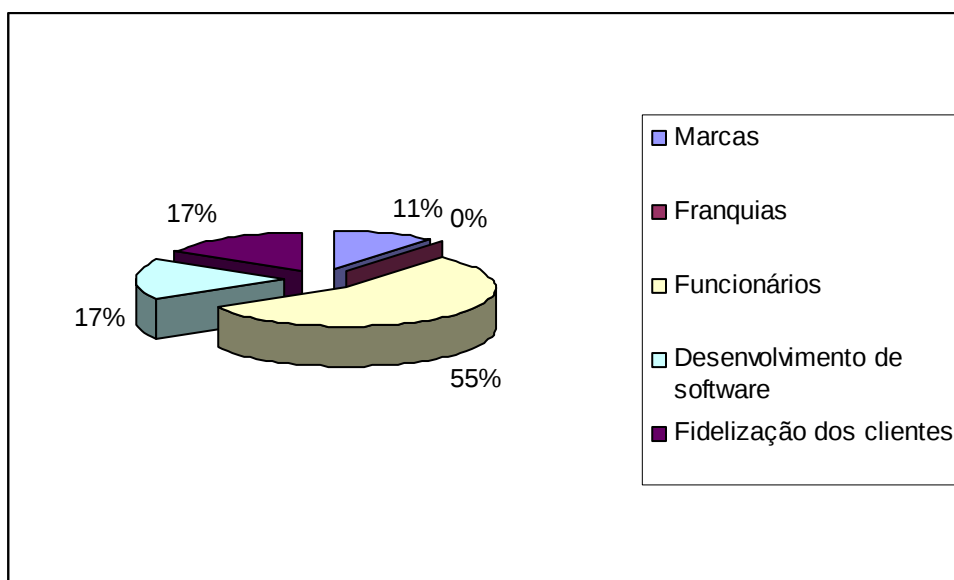
Fonte: Elaborado pelo autor.

Conforme os gráficos 28 e 29, foi perguntado qual o item mais ideal em relação ao CI para aumentar a qualidade de produtos/serviços.

Essa pergunta foi elaborada com a intenção de saber como esta a valorização do conhecimento dentro dos escritórios de contabilidade e empresas, se utilizam critérios para qualificar seus funcionários, se investem em propagandas, anúncios, infra-estrutura.

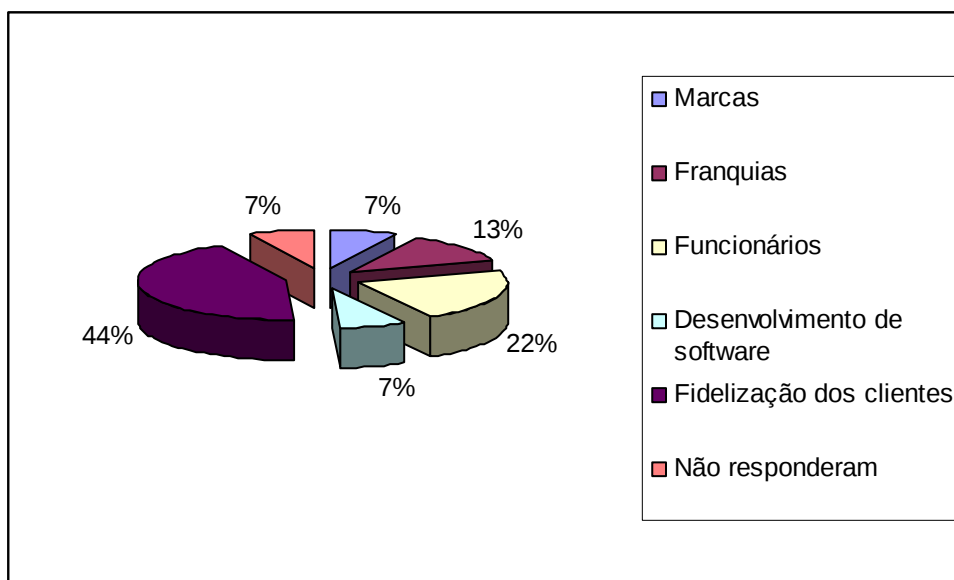
Verifica-se ainda nos gráficos 28 e 29 que 77% dos profissionais contábeis e 53% dos empresários acreditam que através do conhecimento dos colaboradores que estejam atrelados ao atendimento dos objetivos da organização aumentará a qualidade de produtos e serviços, os 33% dos profissionais e 47% dos empresários dizem que é através do alto investimento em infra-estrutura, aumento no pró-labore, propaganda, anúncios na mídia, telemarketing.

Gráfico 30 – Composição do CI (Profissional Contábil)



Fonte: Elaborado pelo autor.

Gráfico 31 – Composição do CI (Empresários)



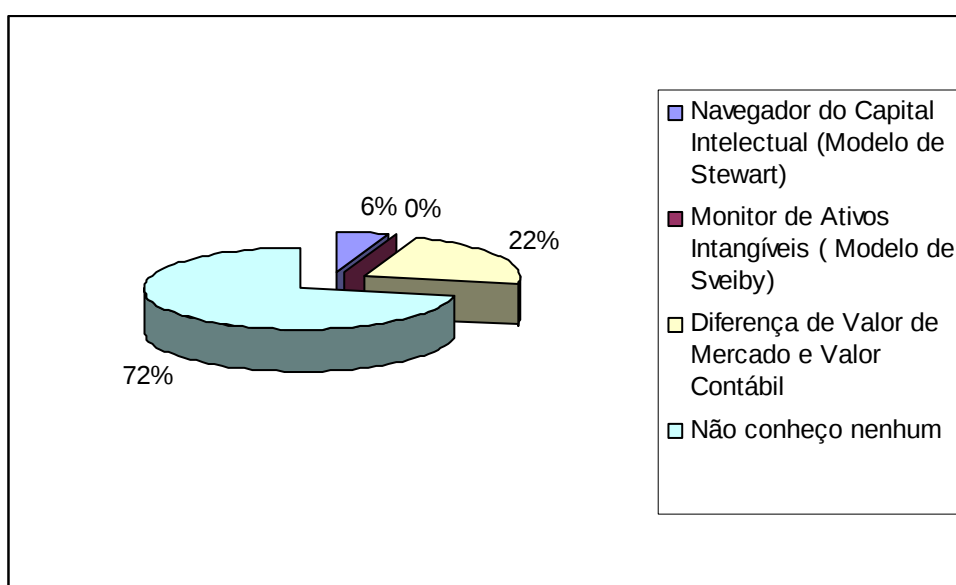
Fonte: Elaborado pelo autor.

Os gráficos 30 e 31 demonstram os resultados em relação à composição do CI com maiores percentuais encontram-se 55% dos profissionais e 22% dos empresários disseram que são os funcionários, 44% dos empresários acreditam que

seja a fidelização dos clientes e 22% funcionários. O restante dos percentuais são menos relativos.

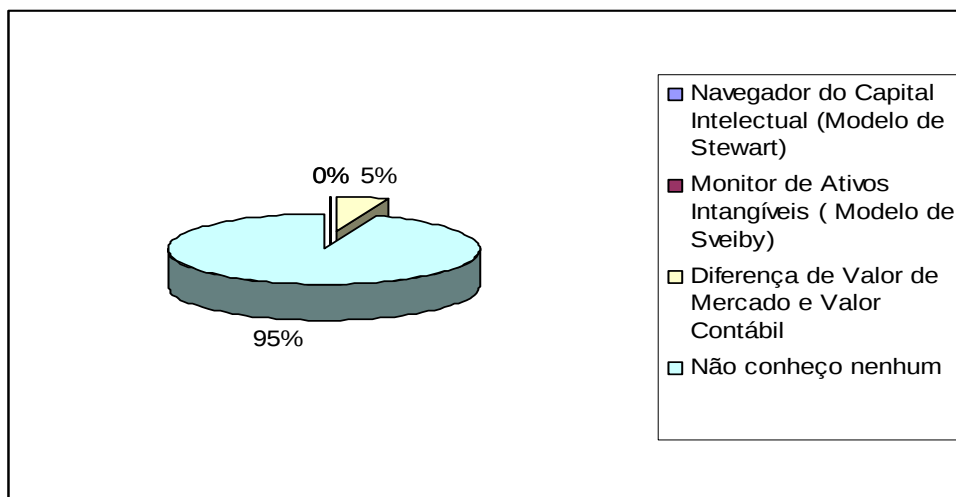
Verificou-se no gráfico 15 que a principal preocupação dos empresários (33%) relação ao capital intelectual é manter o diálogo com os clientes .

Gráfico 32 – Conhecimento dos métodos de Mensuração (Profissional Contábil)



Fonte: Elaborado pelo autor.

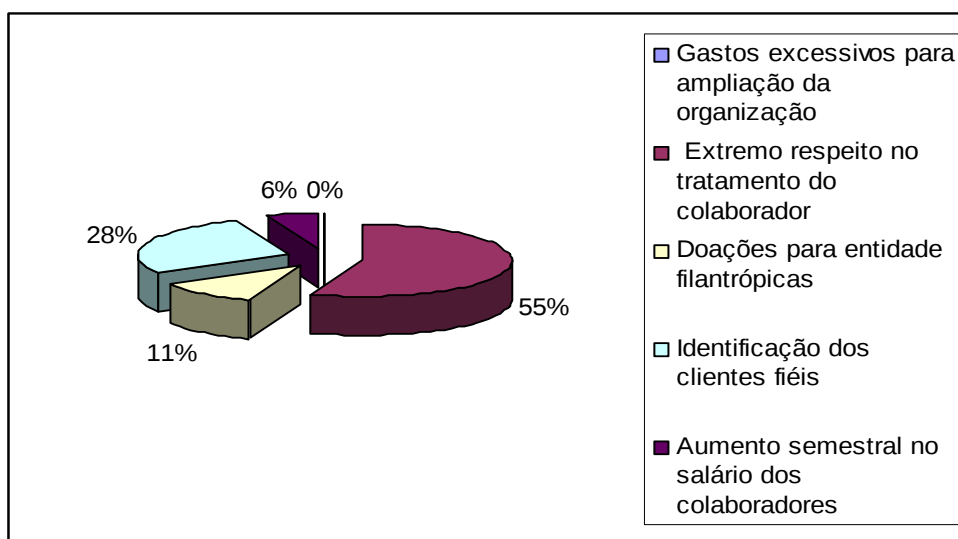
Gráfico 33 – Conhecimento dos métodos de Mensuração (Empresários)



Fonte: Elaborado pelo autor.

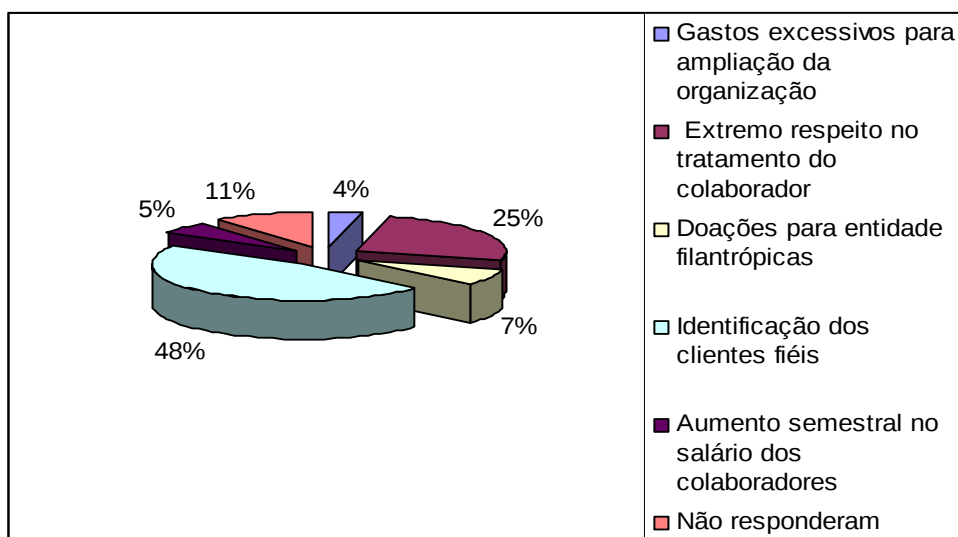
Conforme os gráficos 32 e 33 onde foi questionado o conhecimento sobre os métodos de mensuração do CI, nota-se que os métodos de mensuração são pouco reconhecidos pelas classes entrevistadas, 72% dos profissionais contábeis e 95% dos empresários não conhecem nenhum método, destacando-se apenas o método de diferença do valor de mercado e valor contábil, onde 22% dos profissionais e 5% dos empresários conhecem esse método.

Gráfico 34 – Fatores para formação do CI (Profissional Contábil)



Fonte: Elaborado pelo autor.

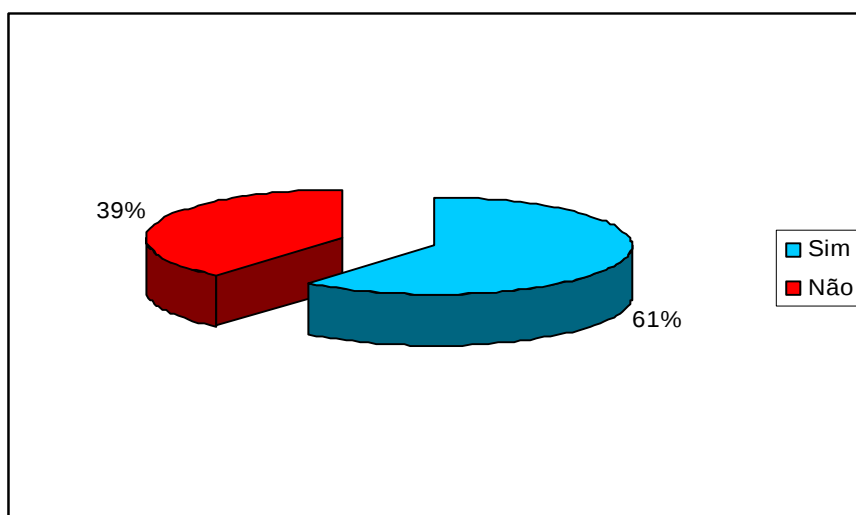
Gráfico 35 – Fatores para formação do CI (Empresários)



Fonte: Elaborado pelo autor.

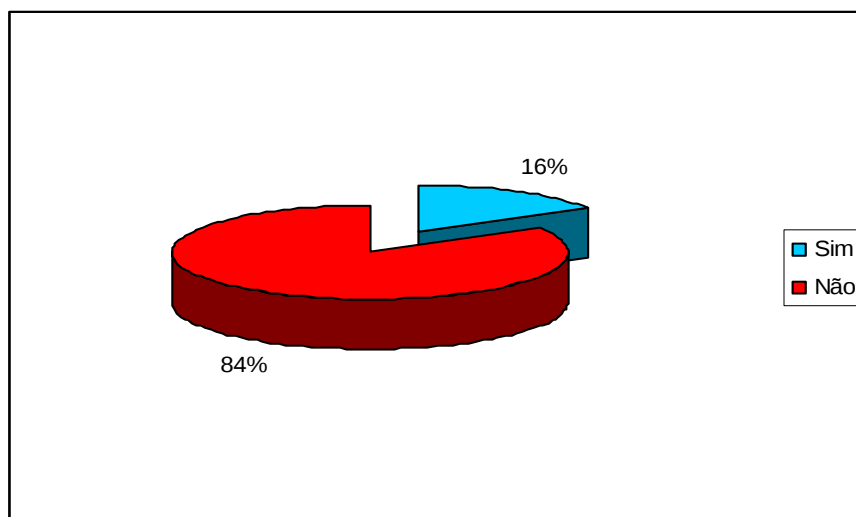
Nos gráficos 34 e 35 identifica que 55% dos profissionais responderam que é o extremo respeito no tratamento com o colaborador, para os empresários (48%) é a identificação dos clientes fiéis, os empresários estão mais focados em relação ao lucro da empresa, como foi observado nos gráficos 31 e 32 (composição do CI) onde a maioria dos empresários responderam que é a fidelização dos clientes e 56% dos profissionais acreditam que são os funcionários.

Gráfico 36 – Consegue identificar o CI dentro sua empresa (Profissional Contábil)



Fonte: Elaborado pelo autor.

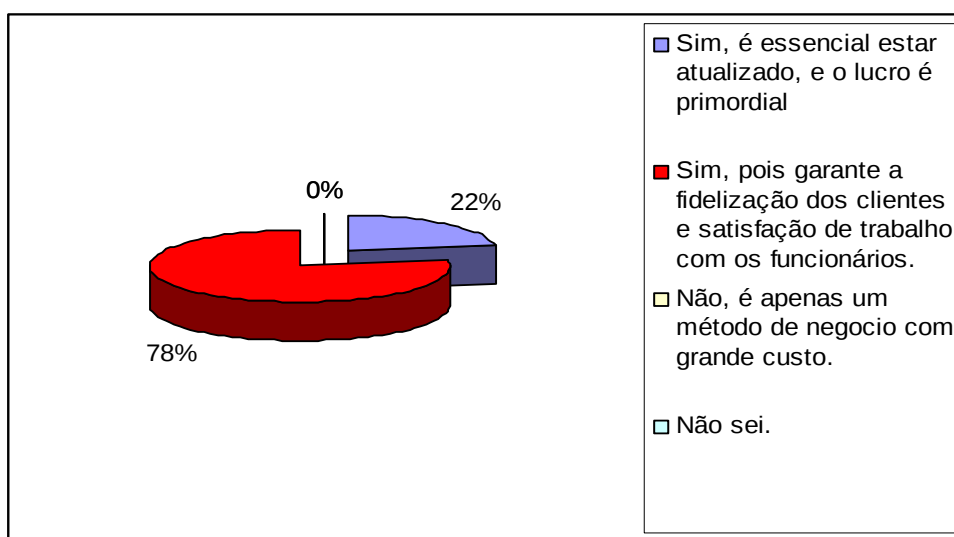
Gráfico 37 – Consegue identificar o CI dentro sua empresa (Empresários)



Fonte: Elaborado pelo autor.

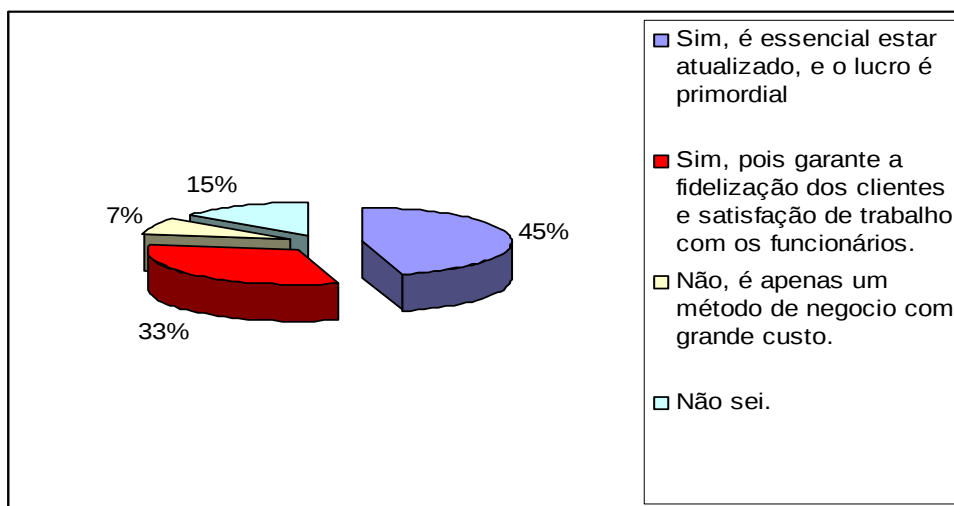
Os gráficos 36 e 37 demonstram a importância e a sua identificação nos escritórios de contabilidade e nas empresas, 61% dos profissionais contábeis diz conseguir identificar o CI, 39% não conseguem, já com os empresários a resposta esta evidente que a maioria não consegue identificar (84%) e 16% disseram que consegue identificar o CI.

Gráfico 38 – Importância do CI nas empresas (Profissional Contábil)



Fonte: Elaborado pelo autor.

Gráfico 39 – Importância do CI nas empresas (Empresários)



Fonte: Elaborado pelo autor.

Conforme os gráficos 38 e 39 foi questionado: Você reconhece a grande importância do CI nas empresas, o qual vem tornando-se um diferencial, além de aumentar a qualidade de produtos/serviços, criando novas oportunidade de negócios?

Essa pergunta, além das já realizadas, visa identificar uma resposta mais específica ao problema da pesquisa.

Observa-se que 78% dos profissionais contábeis e 33% dos empresários responderam SIM, pois garante a fidelização dos clientes e satisfação de trabalho com os funcionários e 22% dos profissionais e 45% dos empresários acreditam que é essencial estar atualizado, e o lucro é primordial.

5 CONCLUSÃO

O novo rumo da economia encontra-se fundamentado em idéias. Profundas modificações na estrutura e na contabilidade das empresas serão essenciais para sua sobrevivência.

O Capital Intelectual não tem um valor de venda, mas é um dos mais importantes bens da empresa, vindo a contribuir para a formação e sustentação da empresa no mercado.

É objetivo da Contabilidade mensurar o real valor da empresa, a fim de satisfazer eficazmente a necessidade de informações de seus usuários, mesmo sem um padrão para medir o Capital Intelectual, o reconhecimento de sua existência, estabelecerá um valor para uma empresa superior aquele demonstrado no respectivo Balanço Patrimonial.

Diante dos dados obtidos nesta pesquisa, concluiu-se que os profissionais contábeis conhecem o tema abordado, embora, desconhecem os métodos de mensuração, acreditam que o CI tem sido um diferencial dentro das empresas nesse cenário de competitividade agregando grande importância para as empresas, já os empresários desconhecem e há dificuldade sobre o assunto, mas reconhecem sua importância nas empresas. Estas conclusões respondem ao problema da pesquisa.

A hipótese de que o Capital Intelectual trouxe desafios aos profissionais contábeis, passando a exigir maiores conhecimentos está confirmada, através da pesquisa realizada, e verificou-se que estes profissionais reconhecem a necessidade de se manterem atualizados.

Verificou-se na pesquisa de questionário que o Capital Intelectual representa para os empresários um diferencial para o êxito nos negócios, entretanto, os empresários de Juína ainda não estão conscientes desta realidade, portanto, a segunda hipótese foi rejeitada, através dos resultados apresentados.

A terceira hipótese sobre a existência de dificuldade na identificação e a falta de conhecimento sobre o Capital Intelectual por parte dos profissionais de

Contabilidade e empresários de Juína, se confirmou parcialmente, uma vez que somente os profissionais da contabilidade têm conhecimento sobre estes conceitos.

Nessa nova Sociedade do Conhecimento os profissionais contábeis e empresários devem estar totalmente aptos às exigências do mercado, pois estas são fatores condicionantes do seu sucesso.

Recomendam-se novos estudos neste sentido, os quais busquem atingir e conscientizar também os empresários sobre o diferencial competitivo que representa o capital intelectual para o cenário dos negócios.

REFERÊNCIAS

ANTUNES, Maria Thereza Pompa. **Capital intelectual**. São Paulo: Atlas, 2008.

BEUREN, Ilse Maria. **Como Elaborar Trabalhos Monográficos em Contabilidade**. 3-ed. São Paulo: Atlas, 2008.

CERVO, Amado Luiz. **Metodologia Científica**. 5. ed. São Paulo: Pearson Prentice Hall 2002.

DUARTE, Franklin Moreira. **A importância da Mensuração do Capital Intelectual nas Organizações Empreendedoras**. Disponível em <<http://www.faar.edu.br>> acesso em 05/07/2009 às 18:32.

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

FAVERO, Hamilton Luiz, LONARDONI, Mário, Souza, Clóvis de, TAKAKURA, Massakazu. **Contabilidade Teoria e Prática**. 4-ed São Paulo : Atlas, 2006.

FRANCO, Hilário. **Contabilidade Geral**. 23. ed. São Paulo: Atlas, 1996.

GIL, Antonio Carlos. **Como Elaborar Projetos de Pesquisa**. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GOMES, Marcelo Jota. **Análise do modelo de avaliação de intangíveis proposto por Sveiby (1998) em empresas de base tecnológica no estado de Pernambuco**. 2003. 185p. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis). UNB/UFPB/UFPE/UFRN, 2003. Disponível em: <<http://www.etecnico.com.br/paginas/mef8595.htm>> Acesso em 09/05/2009 às 21:48.

HENDRIKSEN, Eldon S. e VAN BREDÁ, Michael F. **Teoria da contabilidade**. Tradução por Antonio Zoratto Sanvicente. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999. Disponível

em: <[http:// www.geocities.com/rivaldo_20550/livros.html](http://www.geocities.com/rivaldo_20550/livros.html)> Acesso em 01/05/2009 às 16:45.

IUDICIBUS, Sergio de. **Teoria da Contabilidade**. 5ª ed. São Paulo: Atlas 1997.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia Científica**. 4-ed. São Paulo: Atlas, 2006.

MARION, José Carlos. **Reflexões sobre Ativo Intangível**. Disponível em: <<http://www.marion.pro.br/portal/modules/wfdownloads/visit.php?cid=2&lid=7>> Acesso: 20/09/2009 às 18:02.

MARTINS, Eliseu. **Avaliação de Empresas: da mensuração contábil à econômica**. São Paulo: Atlas, 2001.

_____. **Capital Intelectual: verdades e mitos**. São Paulo: Revista Contabilidade & Finanças - USP, n. 29, p. 41 - 54, maio/ago 2002. Disponível em <[http:// www.congressousp.fipecafi.org/artigos22005/243.pdf](http://www.congressousp.fipecafi.org/artigos22005/243.pdf)> Acesso em 15/10/2009 às 9:45.

MONOBE, Massanori. **Contribuição à Mensuração e Contabilização do Goodwill Adquirido**. Tese (Doutorado) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade. São Paulo : Universidade de São Paulo, 1986. Disponível em: <http://www.fucape.br/_admin/upload/prod_cientienfica/prod_Reflexão_sobre_ativos.pdf> Acesso em 01/05/2009 às 21:14.

RECEITA FEDERAL DO BRASIL. Medida Provisória nº 449, de 3 de dezembro de 2008. Disponível em <http://www.receitafederal.gov.br/Legislação/MPs/2008/mp449.htm>, Acesso em 15/10/2009 às 14:45.

RECEITA FEDERAL DO BRASIL. Lei 11.638, de 28 de Dezembro de 2007. Disponível em <http://www.receitafederal.gov.br/Legislação/Leis/2007/lei11638.htm> Acesso em 15/10/2009 às 15:25.

RIBEIRO, Osni Moura. **Contabilidade Geral Fácil**. 5-ed. Ampl. E atual. – São Paulo: Saraiva, 2009.

RUIZ, João Álvaro. **Metodologia Científica: Guia para Eficiência nos Estudos**. 3-ed. São Paulo: Atlas 1991.

SILVA, Antonio Carlos Ribeiro da. **Metodologia da Pesquisa Aplicada à Contabilidade: Orientações de Estudo, Projetos, Artigos, Relatório, Monografia, Dissertações, Tese/ Antonio Carlos Ribeiro da Silva**. 2. ed. 2. reimpr – São Paulo: Atlas, 2008.

SÁ, Antônio Lopes. **Teoria da Contabilidade**. São Paulo: Atlas, 1998.

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

SCHMIDT, Paulo. SANTOS, José Luiz. **Avaliação de ativos intangíveis**. São Paulo: Atlas, 2002. Disponível em: <http://www.univen.edu.br/revista/n009/CAPITAL%20INTELECTUAL%20NAS%20ORGANIZA%C7%D5ES%20NA%20ERA%20DO%20CONHECIMENTO.pdf>. Acesso em 09/05/2009 22:12.

SILVA, Luiz Antonio Coêlho da. **O Capital Intelectual e as formas alternativas de sua Mensuração pelas Empresas: Um estudo ilustrativo em uma empresa de Calçados da Paraíba**. Tese (mestrado) - Centro de Ciências Sociais Aplicadas. João Pessoa: Universidade Federal da Paraíba, 2006. Disponível em: http://www.ccsa.ufpb.br/~cme/arquivos/dissertacoes/dissertacao_24.pdf.

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

SVEIBY, Karl Erik. **A nova riqueza das organizações**. Rio de Janeiro: campus, 1998. Disponível em [http:// www.congressosp.fipecafi.org/artigos62006/558.pdf](http://www.congressosp.fipecafi.org/artigos62006/558.pdf). Acesso em 15/10/2009 às 23:45.

WERNKE, Rodney. **Considerações acerca dos métodos de avaliação do capital intelectual**. Revista Brasileira de Contabilidade do CFC. Brasil, XXXI, n.º 137, p. 23 – 37, 2002. Disponível em: <http://www.congressosp.fipecafi.org/artigos42004/254.pdf>. Acesso em 29/04/2009 às 18:36.

Apêndice A – Solicitação à delegacia do Conselho Regional de Contabilidade do Estado de Mato Grosso JUINA-MT



FACULDADE DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS E ADMINISTRAÇÃO DO VALE DO JURUENA

Solicitação à delegacia do Conselho Regional de Contabilidade do Estado de Mato Grosso JUINA-MT

Ao Delegado do CRC. JUINA-MT

Ilmo Sr. Luiz Fernandes Dias,

Juina, 25 de Setembro de 2009.

Eu Taciany Bernardo Camargo, acadêmica do 8º Termo de Ciências Contábeis da Faculdade de Ciências Contábeis e Administração do Vale do Juruena, vem através deste solicitar de V.Sa. uma listagem com informações dos contabilistas e escritórios de Contabilidade registrados no CRC-MT no município de Juina, contendo nome, endereço, telefone, e e-mail, para poder estar encaminhando questionário a ser utilizado para desenvolver minha monografia onde o tema é “Capital Intelectual: Desafio para a Contabilidade com advento da era do Conhecimento” com orientação da Professora Cleiva Schaurich Mativi, a colaboração se faz necessária para o desenvolvimento do meu trabalho. Antecipamos nossos agradecimentos e aproveitamos o ensejo, para renovar nossos votos de estima e consideração.

Atenciosamente. Taciany Bernardo Camargo.

Apêndice B - Solicitação Associação Comercial de Juína - ASCOM



FACULDADE DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS E ADMINISTRAÇÃO DO VALE DO JURUENA

CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

Ao Sr.

Roque Jair Perius

MD Presidente da Associação Comercial de Juína – ASCOM

Nesta Cidade

Prezado Senhor:

A Faculdade de Ciências Contábeis e Administração do Vale do Juruena – AJES, através da Supervisão de Monografias de Curso de Ciências Contábeis, sob orientação da Professora Cleiva Schaurich Mativi, solicita da direção desta entidade uma atenção especial no que se refere à visita da acadêmica Taciany Bernardo Camargo, a ocorrer dia 28 do corrente mês.

A visita tem como objetivo contar com a parceria desta entidade, buscando a sensibilização dos empresários locais à aplicação do questionário de pesquisa que visa coletar informações, as quais irão subsidiar a elaboração de sua monografia de graduação, cujo tema é Capital Intelectual: desafio para a Contabilidade com advento da era do Conhecimento.

Outrossim, caso seja possível, solicitamos uma listagem atualizada dos filiados à esta instituição, pois facilitará o direcionamento da acadêmica as empresas.

A Faculdade de Ciências Contábeis e Administração do Vale do Juruena, a Coordenação do Curso de Ciências Contábeis e a Supervisão de Monografias da AJES agradecem à esta direção a atenção dispensada à acadêmica Taciany

Bernardo Camargo, à instituição e ao curso, estando á disposição sempre que necessário.

Atenciosamente

Cleiva Schaurich Mativi
Orientadora de Monografias
Curso de Ciências Contábeis
AJES- Juina - MT

Apêndice C - Pesquisa A importância do Capital Intelectual para os profissionais contábeis e empresários do município de Juína-MT



FACULDADE DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS E ADMINISTRAÇÃO DO VALE DO JURUENA

Questionário para diagnosticar o conhecimento a cerca do Capital Intelectual, aplicado aos profissionais da contabilidade e empresários de Juína – MT, como pesquisa de campo da monografia Capital Intelectual: Desafio para a Contabilidade com advento da era do Conhecimento.

1. Idade do entrevistado?

- 1. () 22 a 30 anos
- 2. () 31 a 40 anos
- 3. () 41 a 50 anos
- 4. () Acima de 50 anos

2. Classe do entrevistado?

- 1. () Empresário
- 2. () Profissional da área contábil

3. Qual a sua formação?

- 1.() Ensino Fundamental
- 2.() Ensino Médio
- 3.() Graduação
- 4.() pós-graduação

4. Busca estar atualizado?

- 1.() sim
- 2.() não tenho oportunidades
- 3.() sempre que surgem oportunidades;
- 4.() não, só mesmo no dia-a-dia

5. Quais dos meios a seguir você considera importante a utilização para se atualizar?

- 1.() revistas eletrônicas
- 2.() seminários
- 3.() congressos, convenções
- 4.() viagens
- 5.() rede de contatos
- 6.() não busca atualização

6. Na sua opinião qual melhor definição para o CI?

- 1. () o conhecimento agregado de cada funcionário
- 2. () todos os bens da organização
- 3. () o conhecimento existente em uma organização e que pode ser usado para criar uma vantagem diferencial
- 4. () o valor disponível no caixa
- 5. () investimento na bolsa de valores

7. Na sua concepção o capital intelectual pode ser o diferencial de muitas empresas que se destacam no cenário de competitividade?

- 1.() sim

2.() não

3.() Não tenho conhecimento sobre o assunto;

8. O mercado tem sido cada vez mais exigente, e na sua concepção qual deve ser a principal preocupação do contador em relação ao capital intelectual?

1.() que exerça sua profissão prezando pela ética;

2.() que absorva o que diz as normas brasileiras de contabilidade;

3.() que seja pratico, objetivo e atento às mudanças no cenário contábil;

4.() que procure constantemente estar atualizado;

5.() que preze pelo dialogo com o cliente;

9. Qual a característica do CI?

1. () intangibilidade

2. () fácil mensuração

3. () tangibilidade

4. () assume uma única forma dentro da organização

10. Dos itens abaixo quais são considerados CI?

1. () Imóveis da empresa

2. () impostos a recolher

3. () patentes e marcas

4. () patrimônio liquido

5. () conhecimento, informação, experiência.

11. Onde classifica-se o CI?

1. () Ativo
2. () patrimônio líquido
3. () DRE
4. () ativo permanente intangível
5. () Passivo
6. () no caixa na empresa

12. Na sua concepção as mudanças provocadas pela Lei 11.638/2007, trouxeram benefícios quanto a classificação do CI?

1. () sim
2. () não
3. () não sei

13. A competitividade no ambiente empresarial sofre influência de quais fatores:

- 1.() investimento em conhecimento,
- 2.() informação,
- 3.() experiência,
- 4.() propriedade intelectual
- 5.() todas as anteriores
- 6.() nenhuma das anteriores

14. Assinale a maior dificuldade para a evidenciação do Capital intelectual:

- 1.() Intangibilidade – não têm existência física;

2.() Volatilidade – não existe garantia da sua permanência na empresa; inconstante;

3.() Recurso ilimitado – único ativo que aumenta com o uso. Idéias geram novas idéias; o conhecimento compartilhado permanece com o doador e ao mesmo tempo enriquece o recebedor;

4.() Difícil identificação – onde encontrá-los? quem os possui? quem são os responsáveis por sua gerência?

5.() Difícil mensuração;

6.() Diversidade de formas que assume (conhecimento, pesquisa, relatórios, livros etc.).

7.() não tem conhecimento

15. Dos itens a seguir, qual o mais ideal em relação ao CI para aumentar a qualidade de produtos/serviços de sua empresa?

1 () através do conhecimento dos colaboradores que estejam atrelados ao atendimento dos objetivos da organização

2 () alto investimento em infra-estrutura

3 () aumento no pró-labore

4 () propaganda, anúncios na mídia, telemarketing

16. Dos elementos abaixo qual seria o mais importante na composição do CI?

1. () marcas

2. () franquias

3. () funcionários

4. () desenvolvimento de software

5. () fidelização dos clientes

17. Em relação a mensuração do capital intelectual, qual dos métodos a seguir você conhece?

- 1 () Navegador do Capital Intelectual (Modelo de Stewart)
- 2 () Monitor de Ativos Intangíveis (Modelo de Sveiby)
- 3 () Diferença de Valor de Mercado e Valor Contábil
- 4. () não conheço nenhum

18. Identifique os principais fatores para a Formação de Capital Intelectual

- 1. ()

19. Consegue identificar em sua empresa a aplicação do CI?

- 1 () sim
- 2 () não

20. Você reconhece a grande importância do CI nas empresas, o qual vem tornando-se um diferencial, além de aumentar a qualidade de produtos/serviços, criando novas oportunidades de negócios?

- 1. () sim, é essencial estar atualizado, o lucro é primordial
- 2. () sim, pois garante a fidelização dos clientes e satisfação de trabalho com os funcionários.
- 3. () não, é apenas um método de negócio com grande custo.
- 4. () não sei.