

**UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL**  
**CAMPUS UNIVERSITÁRIO DE NOVA PRATA**  
**ÁREA DO CONHECIMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS**  
**CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**FABIANE VIDY**

**CAPITAL INTELECTUAL: MENSURAÇÃO E COMPARAÇÃO DE RESULTADOS  
EM DIFERENTES SEGMENTOS DE MERCADO**

**NOVA PRATA**

**2019**

**UNIVERSIDADE DE CAXIAS DO SUL**  
**CAMPUS UNIVERSITÁRIO DE NOVA PRATA**  
**ÁREA DO CONHECIMENTO DE CIÊNCIAS SOCIAIS**  
**CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**FABIANE VIDY**

**CAPITAL INTELECTUAL: MENSURAÇÃO E COMPARAÇÃO DE RESULTADOS  
EM DIFERENTES SEGMENTOS DE MERCADO**

Projeto de Pesquisa de Monografia  
apresentado como requisito para a  
obtenção do Grau de Bacharel em  
Ciências Contábeis da Universidade de  
Caxias do Sul  
Orientador: Prof. Me. Fernando  
Andrade Pereira

**NOVA PRATA**

**2019**

**FABIANE VIDY**

**CAPITAL INTELECTUAL: MENSURAÇÃO E COMPARAÇÃO DE RESULTADOS  
EM DIFERENTES SEGMENTOS DE MERCADO**

Monografia apresentada como requisito  
para a obtenção do Grau de Bacharel em  
Ciências Contábeis da Universidade de  
Caxias do Sul

Orientador TCC I: Prof. Me. Fernando  
Andrade Pereira  
Orientador TCC II: Prof. Me. Fernando  
Andrade Pereira

Aprovado (a) em \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

**Banca Examinadora:**

Presidente

-----  
Prof. Ms Fernando Andrade Pereira  
Universidade de Caxias do Sul - UCS

Examinadores:

-----  
Prof. Dr. Renato Breitenbach  
Universidade de Caxias do Sul - UCS

-----  
Prof. Me. Mario Coser  
Universidade de Caxias do Sul - UCS

Ao Pai Celestial, meu mais sincero e profundo obrigado, afinal, nunca foi sorte sempre foi Deus.

## **AGRADECIMENTOS**

Caminhada longa e árdua, porém cheguei até aqui.

Primeiramente agradeço a Deus pela vida, pela saúde, e principalmente pela força me concedida para enfrentar toda tribulação em meio essa caminhada de conhecimento e transformação de uma menina para uma mulher Bacharel em Ciências Contábeis.

Agradeço aos ensinamentos dos meus professores, Cássio Klein, Cíntia Melara, Magnos Spagnol e demais professores que eu pude ter o prazer de assistir as aulas, ao meu orientador Fernando Pereira que muitas vezes além de me orientar no desenvolvimento do TCC, me orientou em manter a calma para conseguir seguir em frente, ao coordenador do curso Renato Breitenbach que por inúmeras vezes me mostrou o melhor caminho a ser seguido e também aos profissionais do campus da UCS de Nova Prata que de alguma forma me ajudaram.

Agradeço a minha família, que sempre me deu força para seguir em frente e buscar meus sonhos.

Também as minhas amigas, aos meus colegas de trabalho e de faculdade que me aguentaram de mau humor nos dias em que eu não estava tão animada, nos dias que eu só conseguia falar sobre o TCC e sobre a prova da semana.

Enfim, agradeço a cada um que de alguma forma contribuiu para que eu conseguisse concluir mais essa etapa da minha vida.

*“Esta é a era do capital intelectual, e as partes mais valiosas do trabalho são as tarefas humanas: sentir, julgar, criar, construir relações.”*

**Thomas A. Stewart**

## RESUMO

Este trabalho objetivou identificar os principais métodos de mensuração do capital intelectual, através de uma análise sobre o assunto. Buscou o referencial teórico para fundamentar os métodos escolhidos e posteriormente aplica-los em duas empresas objeto de estudo. Empresa A, que labora no ramo da indústria de esquadrias de Alumínio e Aço, e a Empresa B, que labora no ramo de prestação de serviços em montagem de estruturas, ambas situadas em Nova Bassano – RS. Os métodos aplicados foram o Navegador Skandia, Diferença entre Valor de Mercado e Valor Contábil e por fim Razão entre Valor de Mercado e Valor Contábil. Com a aplicação desses modelos pesquisados, foi possível encontrar valores monetários em dois deles. Para a empresa A, com o Navegador Skandia chegou-se ao valor de R\$ , e com método da Diferença entre Valor de Mercado e Valor Contábil chegou-se a um capital intelectual no valor de R\$ . Para a empresa B, com o Navegador Skandia chegou-se ao valor de R\$ , e com método da Diferença entre Valor de Mercado e Valor Contábil chegou-se a um capital intelectual no valor de R\$. O terceiro e último método aplicado que foi o Razão entre Valor de Mercado e Valor Contábil, resultou em índices de mensuração do capital intelectual, sendo para a empresa A, um índice de 1,27 e para a empresa B um índice de 1,56. Para consolidar estes resultados da pesquisa buscou-se fazer uma análise comparativa entre os valores encontrados em cada empresa, analisando se a diferença entre eles correspondem com o ramo de laboração de cada uma. Este estudo teve como base a pesquisa bibliográfica e o estudo de caso, para que seja possível obter um conhecimento mais profundo sobre Capital Intelectual, objeto deste estudo.

**Palavras-chave:** Capital Intelectual. Valor monetário.

## LISTA DE FIGURAS

Figura 1 - Árvore Intelectual .....	19
Figura 2 - Modelo Skandia .....	24
Figura 3 - Valores Skandia .....	25
Figura 4 - Organograma Funciona Empresa A.....	31
Figura 5 - Organograma Funcional Empresa B.....	40



## LISTAS DE QUADROS

Quadro 1 - Possibilidades de Mensuração do Capital Intelectual .....	21
Quadro 2 - Market to book.....	23
Quadro 3 - Indicadores do foco financeiro .....	32
Quadro 4 - Indicadores de Foco no Cliente.....	33
Quadro 5 - Indicadores de foco no Processo .....	34
Quadro 6 - Indicadores do Foco de Renovação/Desenvolvimento .....	34
Quadro 7 - Indicadores do Foco Humano .....	35
Quadro 8 - Indicadores da mensuração absoluta do Capital Intelectual (C) .....	36
Quadro 9 - Índice do coeficiente de eficiência (i) do Capital Intelectual .....	36
Quadro 10 - Aplicação do Modelo Skandia Empresa A .....	37
Quadro 11 - Definição Equação .....	38
Quadro 12 - Aplicação do Modelo Diferença Empresa A .....	38
Quadro 13 - Definição Equação .....	39
Quadro 14 - Aplicação do Modelo Razão Empresa A .....	39
Quadro 15 - Indicadores do foco financeiro .....	41
Quadro 16 - Indicadores de Foco no Cliente.....	42
Quadro 17 - Indicadores do foco no Processo .....	43
Quadro 18 - Indicadores do foco de Renovação/Desenvolvimento.....	43
Quadro 19 - Indicadores do Foco Humano .....	44
Quadro 20 - Indicadores da mensuração absoluta do Capital Intelectual (C) .....	45
Quadro 21 - Índice do coeficiente de eficiência (i) do Capital Intelectual .....	45
Quadro 22 - Aplicação do Modelo Skandia Empresa B .....	46
Quadro 23 - Definição de Equação .....	47
Quadro 24 - Aplicação do Modelo Diferença Empresa B .....	47
Quadro 25 - Definição Equação .....	48
Quadro 26 - Aplicação do Modelo Razão Empresa B .....	48

## LISTA DE SÍMBOLOS

%	Por cento
R\$	Reais

## SUMÁRIO

<b>1</b>	<b>INTRODUÇÃO .....</b>	<b>12</b>
1.1	CONTEXTUALIZAÇÃO DO ESTUDO .....	12
1.2	TEMA E QUESTÃO DE PESQUISA .....	14
1.3	OBJETIVOS .....	15
<b>1.3.1</b>	<b>Objetivo geral .....</b>	<b>15</b>
<b>1.3.2</b>	<b>Objetivos específicos .....</b>	<b>15</b>
1.4	ESTRUTURA DO ESTUDO .....	16
<b>2</b>	<b>REFERENCIAL TEÓRICO .....</b>	<b>17</b>
2.1	ATIVOS INTANGÍVEIS.....	17
2.2	GOODWILL .....	17
2.3	CAPITAL INTELECTUAL .....	18
2.4	MÉTODOS DE MENSURAÇÃO DO CAPITAL INTELECTUAL .....	21
<b>2.4.1</b>	<b>MÉTODO DA DIFERENÇA ENTRE O VALOR DE MERCADO E O VALOR CONTÁBIL .....</b>	<b>22</b>
<b>2.4.2</b>	<b>MÉTODO DA RAZÃO ENTRE O VALOR DE MERCADO E O VALOR CONTÁBIL OU MARKET-TO-BOOK.....</b>	<b>22</b>
<b>2.4.3</b>	<b>MODELO DE EDVINSSON &amp; MALONE – MODELO SKANDIA .....</b>	<b>23</b>
2.4.3.1	ÍNDICES.....	25
	FOCO FINANCEIRO.....	25
	FOCO NO CLIENTE .....	26
	FOCO NO PROCESSO .....	26
	FOCO DE RENOVAÇÃO E INVESTIMENTO .....	27
	FOCO HUMANO .....	27
2.4.3.2	EQUAÇÃO DO CAPITAL INTELECTUAL .....	28
<b>3</b>	<b>METODOLOGIA .....</b>	<b>29</b>
<b>4</b>	<b>ANÁLISE DOS DADOS .....</b>	<b>30</b>
4.1	ESTUDO DE CASO EMPRESA A.....	30
<b>4.1.1</b>	<b>PERFIL DA ORGANIZAÇÃO .....</b>	<b>30</b>
<b>4.1.2</b>	<b>ORGANOGRAMA .....</b>	<b>31</b>

4.1.3	<b>FILOSOFIA EMPRESARIAL .....</b>	<b>32</b>
4.1.4	<b>APLICAÇÃO DO MODELO SKANDIA NA EMPRESA A .....</b>	<b>32</b>
4.1.5	<b>CÁLCULO DO CAPITAL INTELECTUAL DA EMPRESA A.....</b>	<b>36</b>
4.1.6	<b>CONSIDERAÇÕES DO MÉTODO .....</b>	<b>37</b>
4.2	APLICAÇÃO DO METODO DA DIFERENÇA ENTRE O VALOR DE MERCADO E O VALOR CONTÁBIL NA EMPRESA A.....	37
4.2.1	<b>CONSIDERAÇÕES DO METODO .....</b>	<b>38</b>
4.3	APLICAÇÃO DO METODO DA RAZÃO ENTRE O VALOR DE MERCADO E O VALOR CONTÁBIL OU MARKET-TO-BOOK NA EMPRESA A .....	38
4.4	ESTUDO DE CASO EMPRESA B.....	39
4.4.1	<b>PERFIL DA ORGANIZAÇÃO .....</b>	<b>39</b>
4.4.2	<b>ORGANOGRAMA .....</b>	<b>40</b>
4.4.3	<b>FILOSOFIA EMPRESARIAL .....</b>	<b>41</b>
4.4.4	<b>APLICAÇÃO DO MODELO SKANDIA NA EMPRESA B .....</b>	<b>41</b>
4.4.5	<b>CÁLCULO DO CAPITAL INTELECTUAL DA EMPRESA B.....</b>	<b>44</b>
4.5	CONSIDERAÇÕES DO MÉTODO .....	46
4.6	APLICAÇÃO DO METODO DA DIFERENÇA ENTRE O VALOR DE MERCADO E O VALOR CONTÁBIL NA EMPRESA B.....	46
4.6.1	<b>CONSIDERAÇÕES DO MÉTODO .....</b>	<b>47</b>
4.7	APLICAÇÃO DO METODO DA RAZÃO ENTRE O VALOR DE MERCADO E O VALOR CONTÁBIL OU MARKET-TO-BOOK NA EMPRESA B .....	47
4.7.1	<b>CONSIDERAÇÕES DO MÉTODO .....</b>	<b>48</b>
5	<b>CONCLUSÃO .....</b>	<b>49</b>

# 1 INTRODUÇÃO

## 1.1 CONTEXTUALIZAÇÃO DO ESTUDO

O Ágio por expectativa de rentabilidade futura, conhecido também como *Goodwill*, é reconhecido pela contabilidade como um ativo intangível e definido pela Norma contábil NBC TG 15 (R1) sendo “ um ativo que representa benefícios econômicos futuros resultantes de outros ativos adquiridos em uma combinação de negócios, os quais não são individualmente identificados e separadamente reconhecidos”.

Dentro do *Goodwill* se encaixa o Capital Intelectual, fazendo parte assim dos ativos intangíveis. Estes “formam uma das áreas mais complexas da teoria da contabilidade, em parte em virtude das dificuldades de definição, mas principalmente por causa das incertezas a respeito da mensuração de seus valores”, conforme referem Hedriksen e Breda (1999, p. 368).

O Capital intelectual, identificado e definido por diversos autores como um dos maiores fatores geradores de riquezas dentro das empresas, vem sendo de certa forma ignorado pela contabilidade, devido à dificuldade de mensuração, por falta de uma legislação que defina uma maneira dessa mensuração ser justa e demonstrada da maneira correta.

De Souza (2006) afirma que em um tempo não muito distante o diploma se fazia suficiente para garantir um bom emprego, ou seja, a prática e o desenvolvimento tinham um valor secundário, sempre se exigindo um diploma para abrir as portas. Ele destaca ainda, que com o passar do tempo, as pessoas começaram a buscar qualificação prática além da diplomação, para acompanhar as demandas do mercado.

Na contabilidade, todos os gastos com o departamento de pessoal e recursos humanos são classificados como despesa. Analisando as definições de capital intelectual pode-se notar que todos esses investimentos acabam gerando retorno futuro e conseqüentemente agregando valor ao produto ou serviço.

O tema sobre Capital Intelectual justifica-se pela dificuldade que hoje a classe contábil encontra para encontrar um método justo de mensuração e contabilização do Capital Intelectual, o que hoje se torna impraticável devido a essa complexibilidade.

Diante disso, o presente estudo busca destacar a importância para a classe profissional de encontrar uma forma justa de mensuração desse ativo intangível, que hoje se encontra diluído no *Goodwill*, termo nomeado para a diferença entre o valor de mercado e o valor contábil reconhecido pela contabilidade para avaliação desse bem.

O reconhecimento do capital intelectual dentro das organizações permitiria uma análise mais justa sobre a mesma, com um valor agregado e real de rendimentos futuros da organização, expondo assim aos seus investidores e até mesmo para a gestão da organização para melhor análise e tomada de decisão.

Portanto este trabalho busca aprofundar pesquisa sobre os métodos de mensuração do capital intelectual aplicado em dois diferentes segmentos, e criando uma análise comparativa dos mesmos.

## 1.2 TEMA E QUESTÃO DE PESQUISA

Franco (1997) define que a contabilidade é a ciência que estuda os fenômenos ocorridos no patrimônio das entidades, fazendo a medição, registro, classificação e também a demonstração desses fenômenos que ocorrem.

Mais antigamente, Herman (1972), já dizia que a contabilidade mede os efeitos da administração sobre a formação e a distinção dos réditos.

Marion (2009) conceitua que o objeto da contabilidade é o patrimônio, que se denomina como um conjunto de bens e direitos de uma organização ou pessoa. Dentro desses bens temos os bens tangíveis e os intangíveis.

Define-se como bens tangíveis aquilo que é corpóreo, que tem forma física, como por exemplo, os estoques, imóveis, mesas, e tudo o que se faz necessário para o desenvolvimento das atividades da organização.

Já os bens intangíveis se opõe a essa definição, não são palpáveis e não possuem forma física. Eles também se fazem necessários para o desenvolvimento da organização, e podem ser exemplificados pelas marcas, patentes e softwares.

Também com essa definição de intangível temos o Capital Intelectual, que conforme definido por Stewart (1998), pode ser definido como um conjunto de conhecimentos dos colaboradores de uma organização, que podem agregar valor monetário se aplicados com inteligência na produção de bens e serviços.

O presente estudo busca através dos modelos desenvolvidos pelos autores, aplicar, analisar e comparar os resultados, sem pretensão de aprimorar ou criar um novo método de avaliação do Capital Intelectual.

Tendo como base a delimitação do tema de pesquisa proposto, a questão de pesquisa para o estudo é: Quais os procedimentos necessários para identificar e mensurar o capital intelectual de dois segmentos diferente de mercado e qual a diferença entre eles?

A questão de pesquisa levou em consideração a comparabilidade de diferentes segmentos, demonstrando o valor contábil de capital intelectual de cada um, visto que ainda hoje não conseguiu-se atingir este objetivo.

### 1.3 OBJETIVOS

#### 1.3.1 Objetivo geral

Avaliar o capital intelectual em dois segmentos distintos de mercado a partir das teorias abordadas sobre o tema com ênfase na base contábil.

#### 1.3.2 Objetivos específicos

- a) Pesquisar referencia bibliográficas sobre o assunto;
- b) Identificar possíveis métodos de mensuração do Capital Intelectual;
- c) Utilizar os métodos pesquisados para chegar a um valor contábil referente ao Capital Intelectual de cada segmento.
- d) Comparar os resultados dos dois segmentos.



#### 1.4 ESTRUTURA DO ESTUDO

No primeiro capítulo será apresentada uma contextualização do tema, bem como os objetivos, a questão de pesquisa e a justificativa.

No segundo capítulo serão apresentados diversos aspectos teóricos e conceitos sobre contabilidade, ativos intangíveis, ágio por expectativa de rentabilidade futura (*Goodwill*), capital intelectual e algumas de suas várias formas de mensuração. O objetivo desse capítulo é dar fundamentação teórica para o resultado das aplicações dos métodos.

No capítulo três será descrita a metodologia que usada para o desenvolvimento do estudo, onde serão evidenciados os diferentes aspectos metodológicos aplicados.

No quarto capítulo será apresentado o desenvolvimento do estudo de caso, onde será feita a análise comparativa dos dados finais sobre o valor do capital intelectual dos diferentes segmentos.

Ao final, no quinto capítulo, serão apresentadas as conclusões geradas a partir do estudo realizado. Com base nelas será possível constatar a diferença dos valores nos diferentes segmentos.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

### 2.1 ATIVOS INTANGÍVEIS

Segundo Padoveze (2016) um ativo pode ser identificado como intangível quando tem por objeto um bem incorpóreo, destinado à manutenção da empresa ou com essa finalidade. Portanto, não são bens físicos e sim direitos incorpóreos (sem corpo, sem físico), que têm valor econômico para a empresa e produzem resultados futuros.

Padoveze (2000) fala ainda que o reconhecimento de um intangível na contabilidade só pode acontecer se realmente for caracterizada a possibilidade de negociação ou ganhos com os direitos oriundos dos gastos ativados.

Segundo o Pronunciamento Técnico CPC 04 (R1), “ativo intangível é um ativo não monetário identificável sem substância física”. O que deixa claro a definição de ativo intangível sendo que ele tenha substância econômica e que sua posse permita ganhos futuros, seja por venda, uso ou renda.

Os ativos intangíveis são classificados por Schmidt e Santos (2002, p. 14) como: a) gastos de implantação e gastos pré-operacionais; b) marcas e nomes de produtos; c) pesquisa e desenvolvimento; d) goodwill; e) patentes; f) franquias; g) direitos de autoria; h) desenvolvimento de software; i) licenças; e, j) matrizes de gravação.

### 2.2 GOODWILL

O *Goodwill* existe e é amplamente reconhecido e importante para uma avaliação mais realista do patrimônio líquido das empresas. Hendriksen e Van Breda (1999, p. 392) falam sobre a mensuração considerando que:

*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.

## 2.3 CAPITAL INTELECTUAL

O capital intelectual, segundo Sveiby (1997), é um dos mais relevantes dos empreendimentos contemporâneos, e infelizmente vem sendo ignorado pela contabilidade, pois a mesma está concentrada exclusivamente nos capitais físicos e monetários.

Ainda, Sveiby (2000) fala que o capital intelectual é um enorme gerador de riquezas para as organizações e que os ativos intangíveis são várias vezes mais valiosos que os tangíveis, portanto, as organizações deveriam se concentrar na gestão desses intangíveis.

Para Stewart (1998) o capital intelectual é a soma do conhecimento de todos dentro de uma empresa, o que proporciona uma vantagem competitiva. Ao contrário dos ativos, os quais os empreendedores, contadores e gestores estão acostumados – fábricas, immobilizados, equipamento, dinheiro, caixa e equivalentes – o capital intelectual é intangível. É, por exemplo, o conhecimento da força de trabalho, o treinamento, a capacidade, a intuição de uma equipe que descobre um novo produto, ou até mesmo o know-how de trabalhadores que diariamente apresentam formas de melhorias na eficácia do processo produtivo.

Rezende (2001) fala que quantificar esse valor intangível é uma lacuna existente entre o balanço patrimonial da empresa e seu valor de mercado, se tornando um dos grandes desafios da atualidade, especialmente para as empresas que detêm elevado conhecimento técnico.

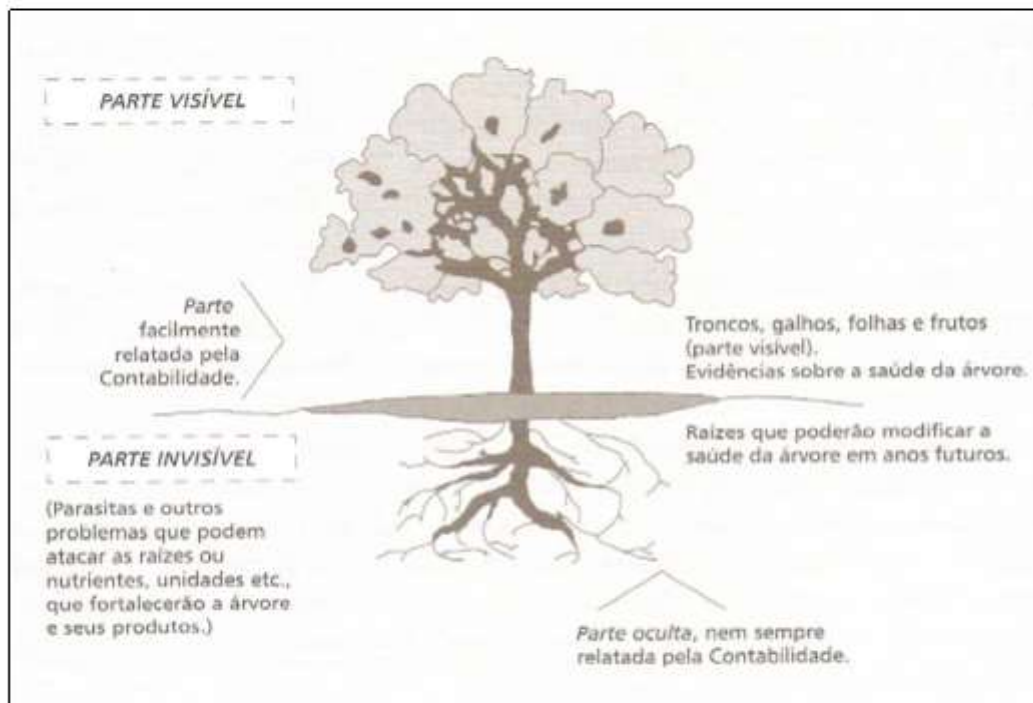
Mensurar o capital intelectual talvez seja um dos maiores desafios a serem vencidos pela contabilidade. Beuren & Beltrame (1998) defendem a ideia de que pesquisas e experiências práticas devem ser realizadas para vencer esse desafio, evidenciando o retorno proporcionado pelo capital intelectual. A importância disso se dá, por exemplo, nas empresas que tem determinado executivo ou um grupo de pessoas (por exemplo, cientistas e pesquisadores) e que utilizam de tecnologia de ponta para manutenção da parcela de mercado ou pela liderança e práticas providas pelo conhecimento dessas pessoas.

Sveiby (1998) cita também, que o capital intelectual de um funcionário envolve a competência de agir em diversas situações para criar tanto ativos tangíveis como intangíveis. A competência do indivíduo consiste mutuamente em cinco elementos dependentes: (i) o conhecimento explícito, que se dá pela educação

formal, (ii) habilidade, que envolve uma proficiência prática, (iii) experiência, que se dá a fatos vividos, erros e sucessos do passado, (iv) julgamento de valor, são filtros conscientes, (v) rede social, formada pelas relações do indivíduo. Essas competências são utilizadas para a geração dos ativos tangíveis e intangíveis.

Edvinsson & Malone (1998) utilizam uma linguagem metafórica para conceituar de maneira mais clara o Capital Intelectual dentro das organizações. Eles comparam uma empresa a uma árvore, considerando a parte visível como tronco, galhos, folhas como o que está visível para a contabilidade, descrito nas demonstrações, nos organogramas, relatórios e outros documentos que normalmente são analisados pelos investidores; e a parte que fica abaixo da terra, onde estão as raízes, nutrientes e até mesmo pragas, como a parte que não está visível pela contabilidade mas que embasam a empresa (parte visível) como o Capital intelectual e outros fatores dinâmicos ocultos. A parte invisível para a contabilidade é que garante a “saúde”, boa ou não, da parte visível. A figura 1 resume e ilustra este exemplo.

Figura 1 - Árvore Intelectual



Fonte: Edvinsson e Malone (1998)

Os autores dividem os fatores ocultos em duas categorias:

- Capital Humano: composto pelo conhecimento, expertise, poder de inovação e habilidade dos empregados mais os valores, a cultura e a filosofia da empresa.

- Capital Estrutural: formado pelos equipamentos de informática, softwares, banco de dados, patentes, marcas registradas, relacionamento com os clientes e tudo o mais da capacidade organizacional que apoia a produtividade dos empregados.

Já Lopes (2001) define Capital Intelectual de uma maneira um pouco diferente, sendo um conjunto de recursos oriundo das transações de compra e venda no mercado. Estando inclusos no preço da empresa, o qual a contabilidade ainda não conseguiu atribuir o devido valor.

Paiva (2000) afirma que a Contabilidade deve fornecer informações não monetárias para atingir seus objetivos, pois tais informações são úteis aos seus usuários. Ela defende especificamente sobre o capital intelectual, que se busca um modelo contábil que identifique seus elementos formadores e se encontre uma forma de mensuração, análise, controle, registro e contabilização do mesmo, formando assim uma “Contabilidade do Conhecimento”.

O Capital Intelectual sempre esteve presente no mundo empresarial, assim é o que afirma Stewart (1998), quando relata que os ativos intelectuais sempre tiveram sua importância, desde as primeiras formas de empresas: as guildas medievais.

O autor é enfático quando diz que não há nada de novo e que simplesmente a gerencia dos ativos intelectuais é que se tornou a tarefa mais importante dos negócios, pois o conhecimento é o fator mais importante da produção. Segundo Stewart (1998, p.XVII), “o poder da força muscular, o poder das máquinas e até o poder da eletricidade estão sendo constantemente substituídos pelo poder do cérebro”.

De acordo com Antunes (2000), a partir do século XV economistas já investiam esforços para atribuir valor monetário ao ser humano, a fim de estimar perdas com guerras e com as migrações.

## 2.4 METODOS DE MENSURAÇÃO DO CAPITAL INTELECTUAL

Neste capítulo, serão apresentados os principais métodos de mensuração do capital intelectual a fim de agregar o gerenciamento e avaliações das empresas.

Martins já dizia (2004, p. 55) que: O que não se consegue medir, também não se consegue controlar e nem mesmo gerenciar. Portanto, deve-se encontrar um método de mensuração confiável para que possa ser utilizado para auxiliar na tomada de decisões das empresas.

O quadro abaixo de Wernke (2002) demonstra alguns métodos de mensuração do capital intelectual citando suas vantagens, limitações.

Quadro 1 - Possibilidades de Mensuração do Capital Intelectual

POSSIBILIDADES DE MENSURAÇÃO DO CAPITAL INTELECTUAL					
MÉTODO	VANTAGENS	LIMITAÇÕES	FORMA USADA	ÊNFASE FINANCEIRA	PERSPECTIVAS ADOTADAS
Diferença entre valor mercado valor contábil	Simplicidade de utilização.	Frágil perante influências do mercado.	Equação matemática	Total	Única (financeira)
Market-to-book ratio	Cálculo simples. Comparável no tempo.	Influenciável por oscilações de fatores externos.	Equação matemática	Total	Única (financeira)
"Q" de Tobin	Considera o custo de reposição dos ativos. Fácil interpretação.	Afetado pelos efeitos do mercado.	Equação matemática	Total	Única (financeira)
Stewart	Fácil visualização. Acompanhamento do desempenho de vários indicadores ao mesmo tempo.	Dificuldade na determinação dos indicadores de desempenho.	Gráfico radar	Parcial	Diversas, a serem estipuladas pelos usuários.
Edvinsson & Malone	Fornecer uma perspectiva geral do passado e do futuro da empresa.	Elaboração complexa. Subjetividade.	Matriz e equação matemática	Parcial	Diversas (clientes, processos, humana, financeira e de renovação).
Sveiby	Apresentação simples. Fácil interpretação.	Escolha dos indicadores complexa.	Matriz de indicadores	Nenhuma	Diversas (estrutura externa, estrutura interna e competência das pessoas).
Heurístico	Consideração do fator tempo. Ligação com a estratégia empresarial.	Cálculo muito complexo e alta subjetividade na definição das prioridades.	Equação matemática e matriz de incidência	Nenhuma	Diversas (a serem determinadas). Vinculadas à estratégia empresarial adotada.

Fonte: Wernke (2002, p.37)

#### 2.4.1 METODO DA DIFERENÇA ENTRE O VALOR DE MERCADO E O VALOR CONTÁBIL

Góis (2000) afirma que o método de diferença entre o valor de mercado e o valor contábil é o mais utilizado para mensurar o capital intelectual nas organizações. Utilizando as demonstrações financeiras auditadas, a diferença entre os ativos e os passivos resulta no valor para remunerar os intangíveis, ou seja, o capital intelectual.

Stewart (1998) também segue a mesma linha de pensamento de Gois (2000) e fala que o valor de mercado de uma organização é definido pelo comprador e não pelo vendedor, logo a empresa vale o quanto o mercado está disposto a pagar por ela.

Assim adota-se a seguinte equação  $CI = VM - VC$ , onde CI = Capital Intelectual; VM = Valor de Mercado (preço de cada ação multiplicado pelo total de ações referente ao capital da empresa) e VC = Valor Contábil (valor registrado no patrimônio líquido).

Wernke (2002) fala que este método destaca-se pela simplicidade já que se o valor de mercado for superior ao contábil faz sentido se atribuir esse valor da diferença ao capital intelectual.

Porém Stewart (1998) destaca também que apesar da simplicidade, o modelo de mensuração se mostra frágil quando variáveis interferem no mercado, ou seja, se variar a taxa de juros (determinada por órgão governamental), interfere na avaliação da empresa com base na bolsa de valores. Porém não necessariamente altera o valor do capital intelectual da empresa.

#### 2.4.2 METODO DA RAZÃO ENTRE O VALOR DE MERCADO E O VALOR CONTÁBIL OU MARKET-TO-BOOK

Lev (2000) afirma que esse método é o valor resultante da divisão de valor de mercado pelo valor dos ativos líquidos da empresa.

Cantelli, Aresi e Souza (2006) caracterizam este método com a mesma simplicidade do anterior, e que um complementa o outro. A metodologia que os autores utilizam é que se a razão entre o valor de mercado e o valor contábil for

maior que 1, tem a existência de um capital intelectual, se for menor, não há existência. Conforme ilustrado pelo quadro abaixo:

Quadro 2 - Market to book

Empresa	Valor de Mercado (R\$ bilhões)	Valor Contábil (R\$ bilhões)	M/C
Empresa X	45,00	50,50	0,891 (não existe CI)
IBM	191,00	44,82	4,26
Microsoft	230,85	3,51	91,94

Fonte: Cantelli; Aresi e Souza (2006, p.143)

A equação para calcular esse método de mensuração é a seguinte:  $CI = VM / VC$ , onde: CI = Capital Intelectual VM = Valor de Mercado (preço por ação multiplicado pelo número total de ações do capital da empresa) VC = Valor Contábil (Valor registrado no Patrimônio Líquido da entidade).

Paiva (2000) afirma que esse indicador é um pouco melhor que o anterior devido a sofrer menos influencia dos fatores exógenos.

#### 2.4.3 MODELO DE EDVINSSON & MALONE – MODELO SKANDIA

Segundo Edvinsson & Malone, em 1995 foi dado o maior e mais significativo passo na avaliação de capital intelectual quando a Skandia, maior companhia de seguros e serviços financeiros da Escandinávia divulgou pela primeira vez um relatório de avaliação do seu intangível, o capital intelectual. Leif Edvinsson foi o primeiro executivo no mundo com o cargo de diretor corporativo de capital intelectual. Foi ele quem pesquisou, investigou e estudou o capital intelectual da empresa durante quatro anos para desenvolver esse relatório de avaliação.

Martins & Antunes (2000) falam que por ter sido um dos primeiros grupos a divulgar relatórios sobre avaliação do capital intelectual, este método tem despertado interesse nos meio acadêmicos, de mídia e até empresariais. Esse relatório divulgado por Edvinsson & Malone sobre o grupo Skandia foi distribuído aos acionistas em 1995 como complemento das demonstrações contábeis, referente ao período de 1994.



Para avaliação do capital intelectual pelo método Skandia, Edvinson & Malone (1998) desenvolveram dezenas de índices e indicadores que se dividem em cinco grupos de diferentes áreas que são eles: foco financeiro, foco clientes, foco processo, foco renovação e desenvolvimento, e foco humano.

A figura abaixo ilustra melhor a estrutura do navegador:

Figura 2 - Modelo Skandia



Fonte: Edvinsson e Malone (1998, p. 60).

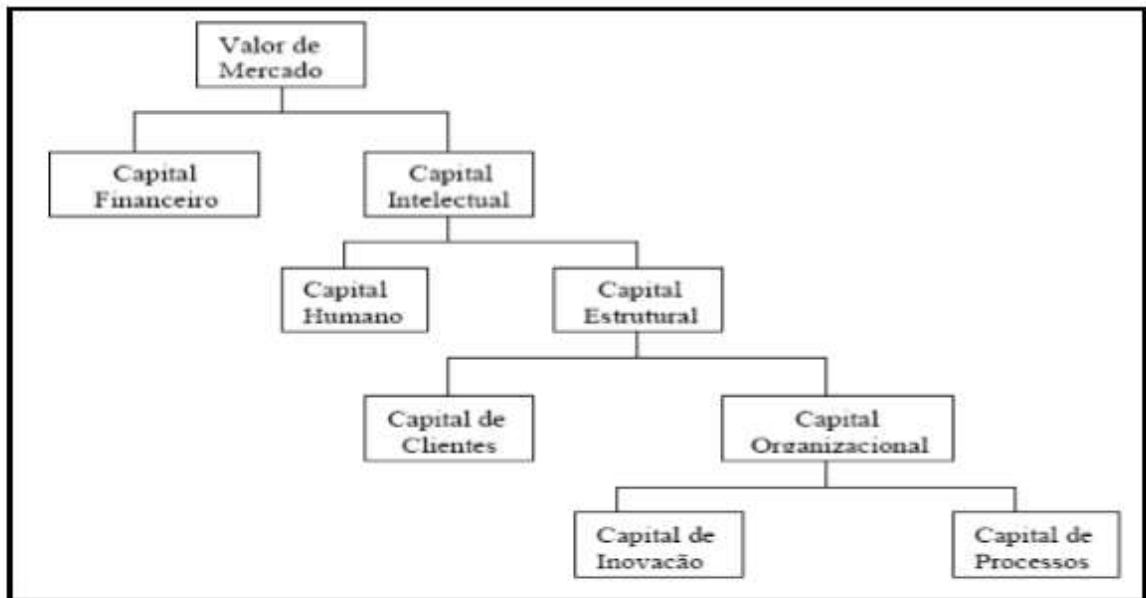
Edvinsson e Malone (1998) fazem uma metáfora comparando o navegador com uma casa, onde o foco financeiro seria o sótão representando as demonstrações contábeis, o foco no cliente e no processo representam as paredes, que significam o momento presente e a atividade da empresa, o foco na renovação e desenvolvimento está o futuro da empresa, e na parte central o mais importante, o foco humano, que representa a inteligência, a alma e o coração das empresas.

Esse método para ser eficiente precisa atender no mínimo três tarefas que são elas citadas por Edvinsson e Malone (1998):

- 1) Deve conter medições coerentes indicando a posição, a direção e a velocidade da organização;
- 2) Deve alinhar todos os dados a fim de processar todos os dados de um modo elevado criando pequenos números globais para auxiliarem em um julgamento mais rápido;
- 3) Deve se preocupar em como passar informações claras e de fácil entendimento aos seus usuários.

Segundo Edvinsson e Malone (1998), o esforço para apresentar o Capital Intelectual em valores monetários deu origem ao esquema de valores da Skandia, conforme demonstra a Figura abaixo.

Figura 3 - Valores Skandia



Fonte: Edvinsson e Malone (1998, p.47)

Indicadores de desempenho de cada área de foco são indicados por Edvinsson e Malone (1998), para que seja possível uma análise detalhada de cada um desses focos sendo possível gerar relatórios diferentes para cada um deles, assim quando somados todos temos um denominador comum para o valor do Capital Intelectual.

#### 2.4.3.1 ÍNDICES

Abaixo índices de cada área de foco citados por Edvinsson e Malone (1998).

##### FOCO FINANCEIRO

a) ativo total (\$); b) ativo total/empregado (\$); c) receitas/ativo total (%); d) lucros/ativo total (\$); e) receitas resultantes de novos negócios (\$); f) lucros resultantes de novos negócios (\$); g) receita/empregado (\$); h) tempo dedicado aos

clientes/número de horas trabalhadas (%); i) lucro/empregado (\$); j) receitas de negócios perdidos em comparação a média do mercado (%); k) receitas de novos clientes/receitas totais (%); l) valor de mercado (\$); m) retorno sobre o ativo líquido (%); n) retorno sobre ativo líquido resultante da atuação em novos negócios (\$); o) valor agregado/empregado (\$); p) valor agregado/empregados em TI (\$); q) investimentos em TI (\$); r) valor agregado/cliente (\$).

## FOCO NO CLIENTE

a) participação de mercado (%); b) número de clientes; c) vendas anuais/cliente (\$); d) número de clientes perdidos; e) duração média do relacionamento com o cliente; f) tamanho médio dos clientes (\$); g) classificação dos clientes (%); h) número de visitas dos clientes a empresa; i) número de dias empregados em visitas a clientes; j) número de clientes/numero de empregados; k) número de empregados que geram receitas; l) tempo médio entre contato do cliente e o fechamento da venda; m) contatos de venda/vendas fechadas (%); n) índice de satisfação do cliente (%); o) investimento em TI/vendedor (\$); p) investimento em TI/vendedor (\$); q) investimento em TI por parte dos clientes (%); r) despesas de suporte/cliente (\$); s) despesas de serviços/cliente/ano (\$); t) despesas de serviço/cliente/contato (\$).

## FOCO NO PROCESSO

a) despesas administrativas/ativos administrados; b) despesas administrativas/receita total; c) custo dos erros administrativos/receitas gerenciais (%); d) rendimento total comparado ao índice (%); e) tempo de processamento dos pagamentos a terceiros; f) solicitações de emissão de apólices processadas sem erro; g) pontos funcionais/empregado-mês; h) pcs/empregado; i) laptops/empregado; j) despesas administrativas/empregado (\$); k) despesas com TI/empregado (\$); l) despesas com TI/despesas administrativas (%); m) contratos/empregado (%); n) despesas administrativas/prêmio bruto (%); o) capacidade do equipamento de informática (CPU e DASD); p) equipamento de Informática adquiridos (\$).

## FOCO DE RENOVAÇÃO E INVESTIMENTO

a) despesas com o desenvolvimento de competência/empregado (\$); b) índice de satisfação dos empregados; c) despesas de marketing/cliente (\$); d) porcentagem das horas de treinamentos (%); e) porcentagem das horas de desenvolvimento (%); f) porcentagem de oportunidades (%); g) despesas de R&D/despesas administrativas (%); h) despesas de treinamento/empregado; i) despesas de treinamento/despesas administrativas (%); j) despesas com o desenvolvimento de novos negócios/despesas administrativa (%); k) porcentagem de empregados com menos de 40 anos (%); l) despesas de desenvolvimento de TI/despesas de TI (%); m) despesas de treinamento em TI/despesa de TI (%); n) recursos investidos em R&D/investimento total (%); o) número de oportunidade de negócios captados junto a base de clientes p) idade média dos clientes; q) nível educacional; r) rendimentos; s) duração média do relacionamento com o cliente em meses; t) investimento em treinamento/cliente (\$); u) comunicações diretas com o clientes/ano; v) despesas não relacionadas ao produto/cliente/ano (\$); w) investimento no desenvolvimento de novos mercados (\$); x) investimento no desenvolvimento do capital estrutural (\$); y) valor de sistema EDI (\$); z) upgrades ao sistema EDI (\$); aa) capacidade do sistema EDI; bb) proporção de novos produtos (menos de dois anos) em relação a linha completa de produtos da empresa (%); cc) investimento de R&D em pesquisa básica (%); dd) investimento de R&D no design do produto (%); ee) investimento de R&D em aplicações (%); ff) investimento em suporte e treinamento relativos aos novos produtos (\$); gg) idade média das patentes da empresa; hh) patentes em fase de registro.

## FOCO HUMANO

a) índice de liderança (%); b) índice de motivação (%); c) índice de *empowerment* (%); d) número de empregados; e) rotatividade dos empregados (%); f) número médio de tempo de casa; g) número de gerentes; h) número de gerentes do sexo feminino; i) idade média dos empregados; j) tempo de treinamento (dias/ano); k) conhecimento de TI dos empregados; l) número de empregados permanentes em período integral; m) idade média dos empregados permanentes em período integral; n) média de tempo de casa dos empregados permanentes em

período integral ; o) rotatividade anual dos empregados permanentes em período integral; p) custo anual per capita dos programas de treinamento, comunicação e suporte para empregados permanentes em período integral (\$); q) empregados permanentes em período integral que gastam menos de 50% das horas de trabalho em instalações da empresa; r) porcentagem de empregados permanentes em período integral; s) custo anual per capita de programas de treinamento, comunicação e suporte; t) número de empregados temporários em período integral ; u) média de tempo de casa dos empregados temporários ; v) custo anual per capita dos programas de treinamento e suporte para empregados temporários em período integral (\$); w) número de empregados em tempo parcial/empregados contratados em tempo parcial; x) duração média dos contratos; y) porcentagem dos gerentes da empresa com especialização em: • gestão de negócios (%); • disciplinas científicas e engenharia (%); • humanidades (%).

#### 2.4.3.2 EQUAÇÃO DO CAPITAL INTELECTUAL

A equação para avaliação do capital intelectual sugerida por Edvinsson e Malone (1998) é a seguinte:

**Capital Intelectual Organizacional = i x C** onde:

C = medida absoluta do Capital Intelectual

i = coeficiente de eficiência do Capital Intelectual, sendo que:

$i = (n/x)$

n = soma dos valores decimais dos índices de eficiência

x = número de índices

### 3 METODOLOGIA

Primeiramente o presente trabalho é delineado através de uma pesquisa bibliográfica, a qual fundamenta os conceitos utilizados para o desenvolvimento do trabalho, explanando os principais assuntos que são inevitavelmente relacionados com o Capital Intelectual para seu entendimento.

Cervo e Bervian (2002) afirmam que a pesquisa bibliográfica é um procedimento básico dos estudos monográficos, essencial para quem busca o domínio sobre determinado tema.

A pesquisa desenvolvida é de caráter qualitativo, pois descreve a complexidade do Capital Intelectual dentro da contabilidade, analisando as variáveis da sua avaliação e reconhecimento dentro da contabilidade.

Conforme Fernando e Gomes (2003) definem, a pesquisa qualitativa fornece descrição completa em torno do assunto abordado, procura mostrar e descobrir suposições que estão por trás das ações, lida com descrições detalhadas dos contextos de uma situação.

Seguindo o delineamento deste trabalho, enquadramos a pesquisa como descritiva, pois o levantamento do valor de capital intelectual e comparação entre os três segmentos, conforme definição de GIL (1995) sobre a pesquisa descritiva não tem a intenção de interferir com na realidade, apenas apresenta-la.

Para Lakatos e Markoni (1991), a pesquisa descritiva busca descobrir a natureza, características,

Posteriormente serão aplicados os métodos de mensuração em um estudo de caso em dois segmentos de mercado diferentes, indústria e prestação de serviços, e finalizando com a análise comparativa desses dados.

Neste trabalho os procedimentos utilizados para a coleta de dados serão:

- Conversa com os donos das empresas para permissão da coleta de dados, informações e números contábeis;
- Entrevista e conversa com os contadores das empresas para levantamento dos dados necessários para a aplicação das metodologias;
- Tabulação dos dados em excel e aplicação das equações, índices e fórmulas nos números coletados das empresas, com embasamento teórico;
- Análise e relatório comparativo entre os resultados, alinhado ao objetivo e a questão da pesquisa.

## 4 ANALISE DOS DADOS

Neste capítulo é apresentada a análise dos dados da pesquisa dividida em três etapas, a primeira na empresa A industrial utilizando os três métodos de avaliação de capital intelectual.

Na sequência, na empresa B, prestação de serviços, também, utilizando os três métodos de avaliação de capital intelectual.

Por fim é elaborado um estudo comparativo entre os métodos e os segmentos analisados.

### 4.1 ESTUDO DE CASO EMPRESA A

Neste capítulo conheceremos o perfil de organização da empresa objeto de estudo A, um pouco da sua funcionalidade, dos seus dados e veremos o resultado dos três métodos de mensuração do capital intelectual, bem como as considerações de cada método.

#### 4.1.1 PERFIL DA ORGANIZAÇÃO

A empresa A objeto de estudo do presente trabalho situa-se na cidade de Nova Bassano e atua a mais de 20 anos no ramo de esquadrias de alumínio e estruturas metálicas.

Abrange a todo estado do Rio Grande do Sul na área do alumínio e todo o país na área do aço, oferecendo produtos de alta qualidade.

Em 2017 a empresa enfrentou uma grande crise, onde teve que reduzir ---% do seu quadro funcional. De xx funcionários ela passou a ter 41 funcionários entre fábrica e administrativo. Essa crise gerou inúmeros problemas, desde salários atrasados e muita insatisfação do quadro funcional.

Para a redução desse quadro funcional, a nova gestão montou uma estratégia de reestruturar a empresa, segurando poucos funcionários, porém com uma mão de obra mais qualificada e experiente em cada setor.

Fez essa escolha conforme o histórico de cada um dentro da empresa e selecionou os que conseguissem desenvolver seus setores de maneira mais ágil e com menos custo.

Assim, desde 2017 a empresa encontra-se reestruturada e com um quadro funcional muito bem estruturado para pegar obras de porte bem menores do que se tinha antes, porém mantendo as portas da empresa abertas.

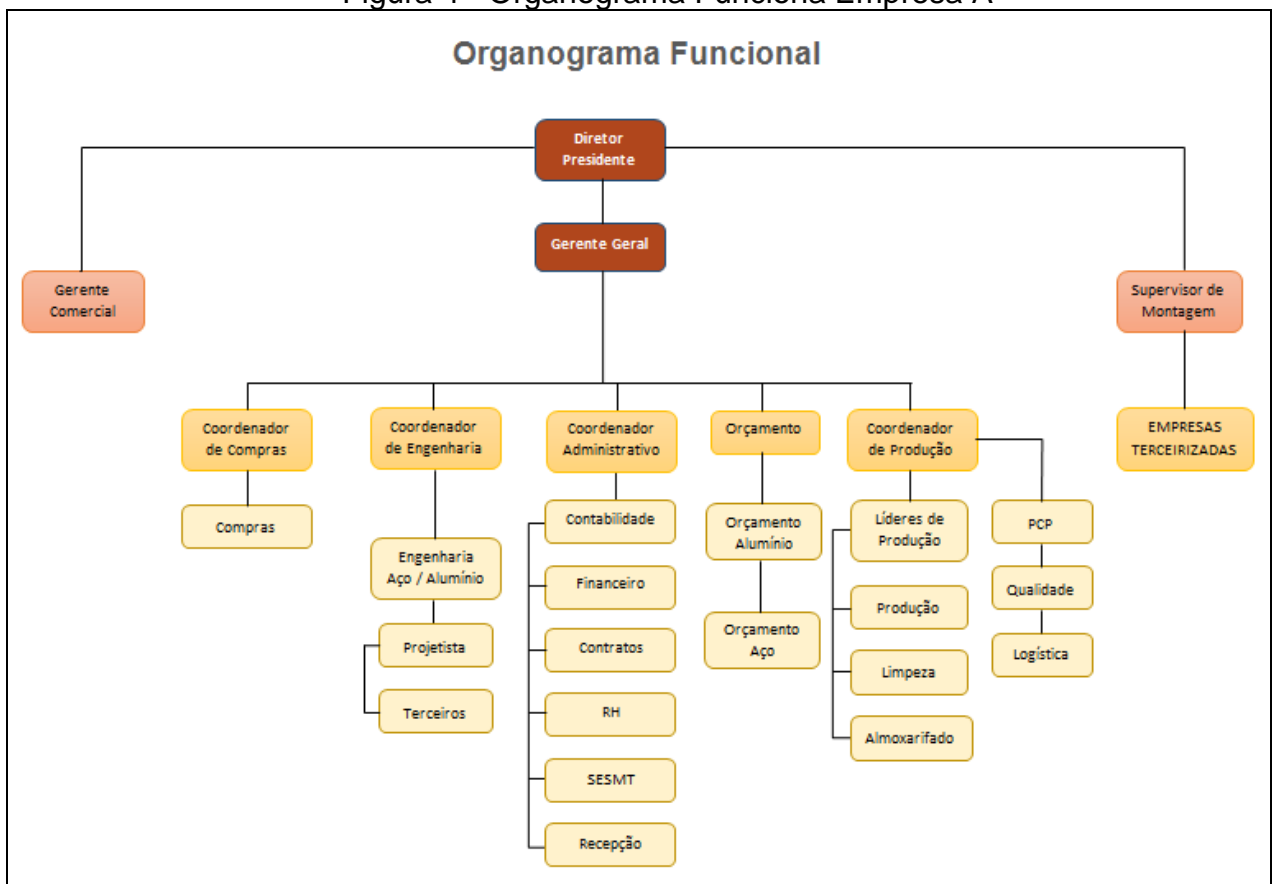
O que, nos dias atuais configura um ponto positivo em relação aos seus funcionários perante aos outros serviços ofertados na cidade.

A empresa conta com uma parceira empresa de montagem terceirizada, tendo acesso às obras, aos funcionários da mesma para facilitar o desenvolvimento desde o projeto até a fabricação das peças a serem montadas.]

#### 4.1.2 ORGANOGRAMA

Conforme descrito no item acima, a empresa após a reestruturação conta com um quadro funcional de 41 funcionários, sendo distribuídos nos setores como mostra o quadro abaixo:

Figura 4 - Organograma Funciona Empresa A



Fonte: Empresa objeto de estudo A (2018).



#### 4.1.3 FILOSOFIA EMPRESARIAL

##### MISSÃO

Buscar a excelência na qualidade de seus produtos e serviços, bem como no atendimento ao cliente, oferecendo um acompanhamento especializado durante todo o processo de venda e pós-venda.

##### VISÃO

Sempre atenta às inovações e buscando soluções para todo tipo de construção, das mais simples a mais complexas.

#### 4.1.4 APLICAÇÃO DO MODELO SKANDIA NA EMPRESA A

A empresa A, objeto de estudo deste trabalho é uma indústria de esquadrias de alumínio com sede na cidade de Nova Bassano, diferentemente do grupo Skandia que desenvolveu este modelo de avaliação, que era uma das maiores companhias de seguro e serviços financeiros da Escandinávia. Logo, o modelo precisou ser adaptado aos indicadores referente aos focos utilizados pelo modelo Skandia. Com essa definição, chegou-se aos indicadores que serão utilizados para avaliar o Capital Intelectual da empresa estudo.

O quadro abaixo demonstra os indicadores utilizados para o foco financeiro.

Quadro 3 - Indicadores do foco financeiro

<b>INDICADORES DO FOCO FINANCEIRO</b> (valores expressos em reais)		
INDICADORES	MEDIDA	VALOR
Ativo total	R\$	8.840.876,06
Ativo total / empregado	R\$	215.631,13
Receitas / ativo total	%	90 %
Lucros / ativo total	%	11 %
Receita / empregado	R\$	194.089,83
Lucro / empregado	R\$	24.160,65
Receitas resultantes de novos negócios	R\$	49.273,49
Lucro resultante de novos negócios	R\$	8.650,00
Lucro de novos negócios/lucros	%	0,87%
Receitas de novos clientes / receitas totais	%	0,62%

Fonte: adaptado de Edvinsson e Malone (1998, p. 139-140)

No foco financeiro nota-se que a receita por empregado é elevada, devido à redução de funcionários no ano de 2017, perante as dificuldades enfrentadas conforme descrito no item 3.1.

Identifica-se também que a empresa não investe em novos negócios, tendo um índice baixo de lucro correspondente aos novos negócios, totalizando em 0,87% do lucro total da empresa no ano.

No próximo quadro, veremos os indicadores de foco no cliente que a empresa A utiliza.

Quadro 4 - Indicadores de Foco no Cliente

<b>INDICADORES DO FOCO NO CLIENTE</b> (valores expressos em reais)		
INDICADORES	MEDIDA	VALOR
Participação de mercado	%	0,8%
Número de clientes	Qtd	7
Vendas anuais / cliente	R\$	1.136.811,87
Número de clientes perdidos	Qtd	5
Número de clientes conquistados	Qtd	4
Duração média do relacionamento com o cliente	Anos	8
Número de dias empregados em visitas a clientes	Qtd	40
Número de clientes / número de empregados	Qtd	0,17
Tempo médio entre o contato com o cliente e o fechamento da venda	Dias	60
Índice de clientes satisfeitos	%	98%
Contatos de venda / vendas fechadas	%	60%

Fonte: adaptado de Edvinsson e Malone (1998, p.140).

Com base nos índices de indicadores de foco no cliente, nota-se que os clientes estão bem satisfeitos em relação à empresa, totalizando 98% de satisfação e tendo em média 8 anos de relação com os clientes.

Verifica-se que a empresa perdeu cinco clientes no decorrer do ano, porém conquistou quatro novos para a cartela de clientes.

A participação da empresa no mercado também é um índice baixo, porém a gestão da empresa busca cada vez mais conquistar novos clientes para que seja possível dominar cada vez mais o mercado da região.

Quanto ao percentual de vendas fechadas em relação aos contatos de venda, a empresa tem uma enorme demanda de orçamentos, mas que o porte da empresa nem sempre corresponde para atender os mesmos.

O quadro 7 traz os indicadores do foco no processo da empresa pesquisada.

Quadro 5 - Indicadores de foco no Processo

<b>INDICADORES DO FOCO NO PROCESSO</b> (valores expressos em reais)		
INDICADORES	MEDIDA	VALOR
Despesas administrativas / receita total	%	12%
PCs e laptops / empregado	Qtd	0,54
Despesas administrativas / empregado	R\$	22.631,64
Despesas com tecnologia da informação / empregado	R\$	230,69
Despesas com tecnologia da informação / despesas administrativas	%	1,02%
Equipamentos de informática adquiridos	R\$	1.200,00

Fonte: adaptado de Edvinsson e Malone (1998, p.140-141).

Neste quadro com os indicadores no foco do processo, nota-se que a empresa praticamente não investe em equipamentos de informática, representando apenas 1,02% das despesas administrativas.

Um dado que se percebe que está baixo também é o número de computadores para cada empregado, esse número se apresenta, pois há mão de obra fabril no quadro de funcionários da empresa.

Os índices de renovação e desenvolvimento utilizados pela empresa, serão representados no quadro 8, abaixo:

Quadro 6 - Indicadores do Foco de Renovação/Desenvolvimento

<b>INDICADORES DO FOCO DE RENOVAÇÃO E DESENVOLVIMENTO</b> (valores expressos em reais)		
INDICADORES	MEDIDA	VALOR
Investimento no desenvolvimento de competência / empregado	R\$	46,34
Índice de satisfação dos empregados	%	72 %
Investimentos em relacionamento / cliente	R\$	1428,57
Despesas de treinamento / empregado	R\$	63,41
Despesas de treinamento / despesas administrativas	%	0,28%
Porcentagem de empregados com menos de 40 Anos	%	90
Idade média dos clientes	Anos	8
Duração média do cliente em meses	Qtd	96
Investimento em treinamento / cliente	R\$	371,43
Investimentos no desenvolvimento de capital Estrutural	R\$	42.357,89

Fonte: adaptado de Edvinsson e Malone (1998, p.141-142)

O índice de 72% de satisfação dos empregados se dá devido aos períodos difíceis que a empresa enfrentou ocasionando o atraso de salários. Hoje esses funcionários trabalham um pouco desmotivados devido aos fatos passados, porém a empresa busca cada vez mais aumentar esse percentual procurando estar cada vez mais perto dos funcionários, já que atualmente tudo está sendo pago corretamente.

Grande parte do quadro de funcionários, mensurado em 90%, são pessoas tem menos de 40 anos, é um quadro de funcionários relativamente jovem, o que é um ponto positivo, pois todos têm vontade de aprender cada vez mais e evoluir de cargo ao longo dos anos e também pelo fato de sempre estarem inovando e querendo realizar melhorias tanto em processos como no físico da empresa.

E por fim o Quadro 9 nos traz os indicadores do foco humano da empresa A objeto de estudo deste trabalho.

Quadro 7 - Indicadores do Foco Humano

<b>INDICADORES DO FOCO HUMANO</b>		
<b>INDICADORES</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>VALOR</b>
Índice de liderança	%	87,38%
Índice de motivação	%	73,24%
Número de empregados	Qtd	41
Rotatividade dos empregados	%	9,75%
Tempo médio de casa	Anos	5
Número de Coordenadores	Qtd	5
Número de coordenadores do sexo feminino	Qtd	3
Idade média dos empregados	Anos	28
Tempo de treinamento (dias/ano)	Qtd	50
Número de empregados permanentes em tempo integral	Qtd	41

Fonte: adaptado de Edvinsson e Malone (1998, p.143-144)

Os dados para cálculo dos índices do quadro 9 foram retirados das pesquisa de satisfação realizada pela gestão da empresa no final de cada ano.

O índice de motivação se encontra relativamente baixo devido aos problemas passados conforme descrito nos itens anteriores, um grande foco da empresa é melhorar esse percentual.

O tempo médio de permanência dos funcionários na empresa é relativamente bom, pois a parte dos funcionários que trabalham no administrativo é o que diminui um pouco essa média, pois se calcularmos apenas o pessoal de fábrica, esse número sobe para 8 anos.

#### 4.1.5 CÁLCULO DO CAPITAL INTELECTUAL DA EMPRESA A

Edvinsson e Malone (1998), afirmam que para calcularmos o valor do Capital Intelectual da empresa é necessário escolher os indicadores mais representativos de cada um dos cinco focos propostos no modelo de avaliação Skandia, eliminando os índices que tenham valores mais propriamente do balanço patrimonial.

O quadro 10, abaixo, mostra os índices utilizados para calcular o valor de “C” que é a medida absoluta na fórmula do capital intelectual segundo Edvinsson e Malone (1998).

Quadro 8 - Indicadores da mensuração absoluta do Capital Intelectual (C)

<b>INDICADORES</b>	<b>VALORES (em Reais)</b>
Equipamentos de informática adquiridos	R\$ 1.200,00
Investimentos no desenvolvimento de capital estrutural	R\$ 42.357,89
Investimento no desenvolvimento de competência	R\$ 1.899,94
Investimentos em relacionamento com o cliente	R\$ 1.428,57
Investimento em treinamento para o cliente	R\$ 2.600,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 49.486,40</b>

Fonte: adaptado de Edvinsson e Malone (1998, p.173)

Conhecendo o valor monetário de “C”, é necessário criar o valor compensatório que teste a produtividade sobre esses investimentos.

Logo, temos que encontrar o valor do coeficiente de eficiência, que é o “i” representado na fórmula. Nomeado por Edvinsson e Malone sendo o que destaca o compromisso da empresa em relação ao futuro.

No quadro 11 destacam-se os indicadores evidenciados para cálculo do coeficiente de eficiência, pede-se que se selecione apenas índices que tenham unidade de medida em porcentagem, e em ordem dos que melhor representam os cinco focos.

Quadro 9 - Índice do coeficiente de eficiência (i) do Capital Intelectual

<b>INDICADORES</b>	<b>VALORES</b>
Participação de mercado	0,8%
Contatos de venda / vendas fechadas	60%
Índice de liderança	87,38%
Índice de motivação	73,24%
Retenção dos empregados	90,25%
Retenção de Clientes	87,51%
<b>TOTAL (média aritmética dos índices)</b>	<b>66,53%</b>

Fonte: adaptado de Edvinsson e Malone (1998, p.175)

Uma vez conhecido o valor de “C” e de “i” os quais compõem a fórmula do Capital Intelectual, basta substituí-los:

Quadro 10 - Aplicação do Modelo Skandia Empresa A

<b>Capital Intelectual =</b>	<b>i x C</b>
<b>Capital Intelectual =</b>	<b>0,6653 x R\$ 49486,40</b>
<b>Capital Intelectual =</b>	<b>32.923,30</b>

Fonte: Elaboração Própria (2019)

#### 4.1.6 CONSIDERAÇÕES DO MÉTODO

Primeiramente Edvinsson e Malone (1998) sugerem que sejam selecionados os índices que melhor representem os cinco focos que compõem o capital intelectual, não há um limite de índices, porém quando utilizado muitos deles, acaba dificultando a análise do todo.

Depois de selecionados e apresentados os índices que mais se destacam em cada foco, Edvinsson e Malone (1998) sugerem que seja encontrado o valor de “C” que representa o valor do Capital Intelectual organizacional e o coeficiente de eficiência que é representado por “i”.

Assim substituindo os valores na equação proposta por Edvinsson e Malone, encontramos o valor de Capital Intelectual da empresa objeto de estudo A, no valor de R\$ 32.923,30.

Aplicando este método, além de chegarmos ao valor monetário do capital intelectual, notamos que ele possibilita que sejam extraídas informações para fins gerenciais, analisando o desempenho da empresa por foco.

#### 4.2 APLICAÇÃO DO METODO DA DIFERENÇA ENTRE O VALOR DE MERCADO E O VALOR CONTÁBIL NA EMPRESA A

O método de aplicação do método da diferença entre o valor de mercado e o valor contábil é um método simples de ser aplicado.

Pois são extraídos os seguintes dados da empresa:

- Valor contábil, que é apresentado no Balanço Patrimonial no campo do Patrimônio Líquido.

- Valor de mercado, que foi definido pelo sócio diretor da empresa objeto de estudo A.

Logo, analisando o balanço patrimonial, encontramos um valor contábil registrado em R\$ 1.263.606,46. Já o valor de mercado da empresa foi constatado em 150.000.000,00 sob a definição do sócio diretor.

Diante dessas informações, os valores serão substituídos na equação do Capital Intelectual proposta por Stewart (1998):

Quadro 11 - Definição Equação

<p><b>CI = VM - VC</b></p> <p>Onde:</p> <p>CI = Capital Intelectual</p> <p>VM = Valor de Mercado (preço por ação multiplicado pelo número total de ações do capital da empresa)</p> <p>VC = Valor Contábil (Valor registrado no Patrimônio Líquido da entidade)</p>
---

Abaixo temos a aplicação dos valores encontrados, na fórmula apresentada por Stewart, chegando ao valor monetário do capital intelectual:

Quadro 12 - Aplicação do Modelo Diferença Empresa A

<b>Capital Intelectual =</b>	<b>VM - VC</b>
<b>Capital Intelectual =</b>	<b>1.600.000,00 - 1.263.606,46</b>
<b>Capital Intelectual =</b>	<b>336.393,54</b>

Fonte: Elaboração Própria (2019)

#### 4.2.1 CONSIDERAÇÕES DO METODO

Considerando o modelo de Stewart (1998), chegou-se ao valor de capital intelectual no valor de R\$ 336.393,54, que representa 26,38% do seu valor contábil.

Porém não se pode considerar esse valor total de capital intelectual, pois juntamente dele há itens intangíveis como patente, marcas, *goodwill*.

Este método nos traz um valor bruto, sem muita informação gerencial.

#### 4.3 APLICAÇÃO DO METODO DA RAZÃO ENTRE O VALOR DE MERCADO E O VALOR CONTÁBIL OU MARKET-TO-BOOK NA EMPRESA A

O método da razão entre o valor de mercado e o valor contábil, assim como o método apresentado no item acima, é um modelo de fácil aplicação.

Para aplicarmos esse método, serão utilizados os mesmos dados do modelo acima, pois ele se utiliza das mesmas informações que são:

- Valor contábil, que é apresentado no Balanço Patrimonial no campo do Patrimônio Líquido.
- Valor de mercado, que foi definido pelo sócio diretor da empresa objeto de estudo A.

Portanto para este método será utilizada a seguinte equação:

Quadro 13 - Definição Equação

<b>CI = VM / VC</b>	
Onde:	
CI = Capital Intelectual	
VM = Valor de Mercado (preço por ação multiplicado pelo número total de ações do capital da empresa)	
VC = Valor Contábil (Valor registrado no Patrimônio Líquido da entidade)	

Abaixo podemos ver os valores encontrados aplicados na equação:

Quadro 14 - Aplicação do Modelo Razão Empresa A

<b>Capital Intelectual =</b>	<b>VM / VC</b>
<b>Capital Intelectual =</b>	<b>1.600.000,00 / 1.263.606,46</b>
<b>Capital Intelectual =</b>	<b>1,27</b>

Fonte: Elaboração Própria (2019)

#### 4.4 ESTUDO DE CASO EMPRESA B

Neste capítulo conheceremos o perfil de organização da empresa objeto de estudo B, um pouco da sua funcionalidade, dos seus dados e veremos o resultado dos três métodos de mensuração do capital intelectual, bem como as considerações de cada método.

##### 4.4.1 PERFIL DA ORGANIZAÇÃO

A empresa B objeto de estudo do presente trabalho situa-se na cidade de Nova Bassano e atua há pouco tempo no ramo de montagem externa de esquadrias



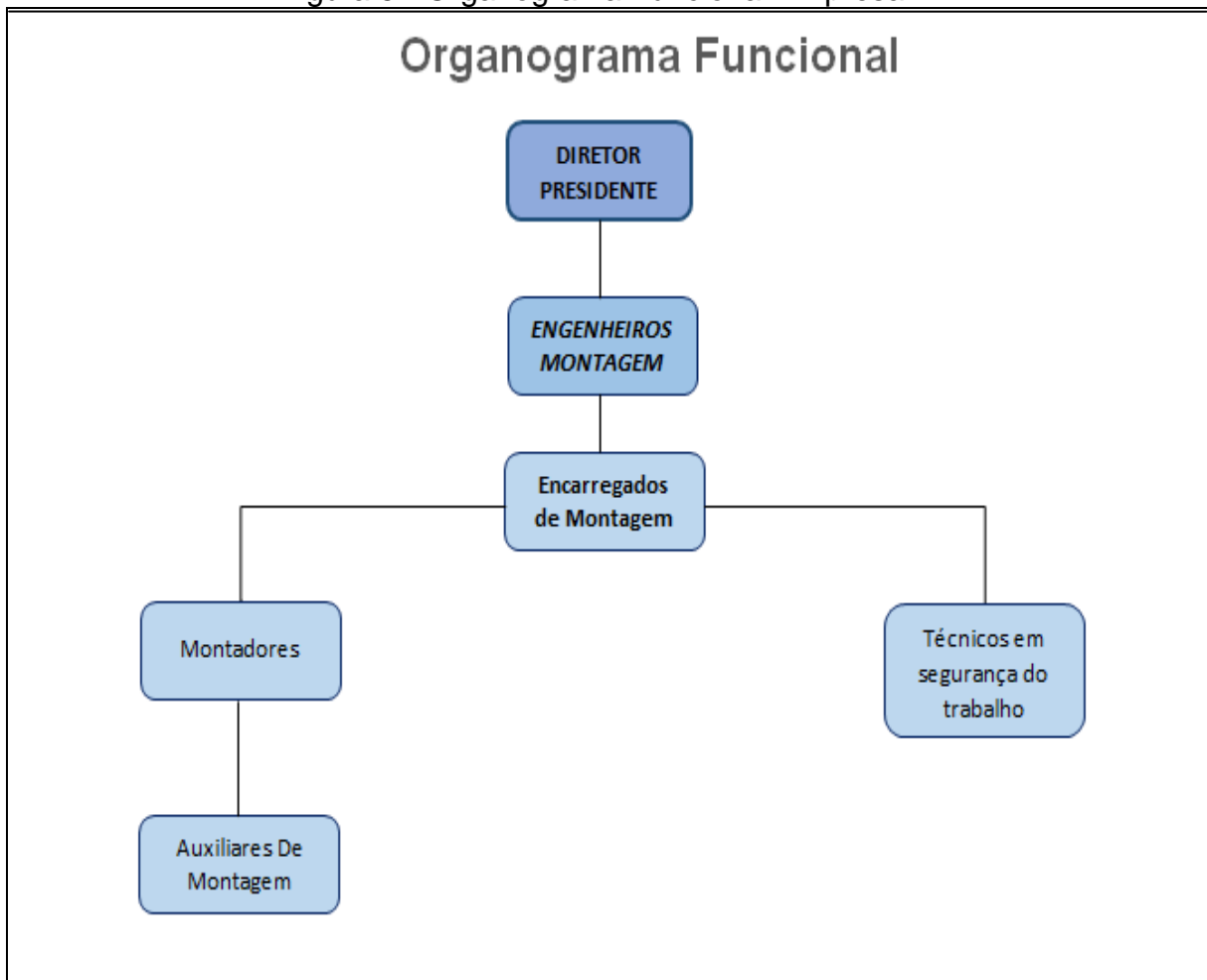
de alumínio e estrutura metálica em aço. Mais especificadamente, iniciou suas atividades na metade do ano de 2018, o que dificulta um pouco a exatidão dos dados extraídos para aplicação do modelo.

Ela trabalha como parceira terceirizada para a empresa A, objeto de estudo desse trabalho, sendo parceira em vários trabalhos.

#### 4.4.2 ORGANOGRAMA

Conta com um quadro funcional de 31 funcionários sendo eles distribuídos conforme organograma abaixo:

Figura 5 - Organograma Funcional Empresa B



#### 4.4.3 FILOSOFIA EMPRESARIAL

##### MISSÃO

A empresa B aliada à tecnologia e equipamentos busca atender as necessidades do cliente, oferecendo qualidade e soluções em montagem em curto tempo de montagem.

##### VISÃO

Engajada na sua responsabilidade vem buscando constantemente novas tecnologias e adotando métodos inovadores que resultam em processos construtivos atualizados e com melhores resultados para si e seus clientes.

#### 4.4.4 APLICAÇÃO DO MODELO SKANDIA NA EMPRESA B

A empresa B, objeto de estudo deste trabalho é uma empresa de prestação de serviços de montagem de estrutura metálica e esquadrias de alumínio, com sede na cidade de Nova Bassano.

Assim como a empresa objeto de estudo A, também é diferente do grupo Skandia que desenvolveu este modelo de avaliação, que era uma das maiores companhias de seguro e serviços financeiros da Escandinávia. Logo, o modelo também precisou ser adaptado aos indicadores referente aos focos utilizados pelo modelo Skandia. Com essa definição, chegou-se aos indicadores que serão utilizados para avaliar o Capital Intelectual da empresa estudo.

O quadro abaixo demonstra os indicadores utilizados para o foco financeiro.

Quadro 15 - Indicadores do foco financeiro

<b>INDICADORES DO FOCO FINANCEIRO</b> (valores expressos em reais)		
INDICADORES	MEDIDA	VALOR
Ativo total	R\$	234.044,49
Ativo total / empregado	R\$	7.549,82
Receitas / ativo total	%	51 %
Lucros / ativo total	%	2 %
Receita / empregado	R\$	3.870,97
Lucro / empregado	R\$	132,48

Fonte: adaptado de Edvinsson e Malone (1998, p. 139-140)

Nos indicadores do foco financeiro, podemos ver que o lucro sobre o ativo total da empresa é uma porcentagem baixa, esse número é influenciado também pelo pouco tempo que a empresa labora no ramo.

Não evidenciamos receitas de novos negócios conforme no modelo aplicado na empresa objeto de estudo A.

No próximo quadro, veremos os indicadores de foco no cliente que a empresa B utiliza.

Quadro 16 - Indicadores de Foco no Cliente

<b>INDICADORES DO FOCO NO CLIENTE</b> (valores expressos em reais)		
INDICADORES	MEDIDA	VALOR
Participação de mercado	%	1,2%
Número de clientes	Qtd	3
Vendas anuais / cliente	R\$	40.000,00
Número de clientes perdidos	Qtd	0
Número de clientes conquistados	Qtd	2
Duração média do relacionamento com o cliente	Meses	6
Número de dias empregados em visitas a clientes	Qtd	22
Número de clientes / número de empregados	Qtd	0,096
Tempo médio entre o contato com o cliente e o fechamento da venda	Dias	5
Índice de clientes satisfeitos	%	99%
Contatos de venda / vendas fechadas	%	100%

Fonte: adaptado de Edvinsson e Malone (1998, p.140).

Os clientes se encontram 99% satisfeitos, pois fecham as obras diretamente com a empresa B, e acompanham todo o serviço, já ajustando o que se faz necessário durante o desenvolvimento do serviço.

Nota-se que os contatos de vendas em relação às vendas fechadas somam um número de 100%, pois os clientes assim que vendem suas obras, terceirizam para a empresa de montagem, tendo assim um fluxo bom de serviço.

Outro fator relevante é o curto prazo entre o contato com o cliente e o fechamento da venda, pois a parte mais complexa que é fechar a obra fica a cargo da empresa contratante.

O quadro 7 traz os indicadores do foco no processo da empresa pesquisada.

Quadro 17 - Indicadores do foco no Processo

<b>INDICADORES DO FOCO NO PROCESSO</b> (valores expressos em reais)		
INDICADORES	MEDIDA	VALOR
Despesas administrativas / receita total	%	3%
PCs e laptops / empregado	Qtd	0,06
Despesas administrativas / empregado	R\$	108,96
Despesas com tecnologia da informação / empregado	R\$	217,15
Despesas com tecnologia da informação / despesas administrativas	%	6,44%
Equipamentos de informática adquiridos	R\$	500,00

Fonte: adaptado de Edvinsson e Malone (1998, p.140-141)

Neste quadro podemos notar que o número de Pcs e Laptops por empregado são insignificantes, pois a empresa conta apenas com duas máquinas, uma para administração e outra em obra para elaboração de documentos.

Outro fator que influencia esse número é que a mão de obra utilizada pela empresa é apenas em campo, tendo toda sua parte administrativa feita por uma única pessoa e terceirizada.

Os índices de renovação e desenvolvimento utilizados pela empresa estão representados no quadro 8, abaixo:

Quadro 18 - Indicadores do foco de Renovação/Desenvolvimento

<b>INDICADORES DO FOCO DE RENOVAÇÃO E DESENVOLVIMENTO</b> (valores expressos em reais)		
INDICADORES	MEDIDA	VALOR
Investimento no desenvolvimento de competência / empregado	R\$	48,39
Índice de satisfação dos empregados	%	99 %
Investimentos em relacionamento / cliente	R\$	766,67
Despesas de treinamento / empregado	R\$	15,00
Despesas de treinamento / despesas administrativas	%	14,80%
Porcentagem de empregados com menos de 40 Anos	%	79%
Idade média dos clientes	Anos	1
Duração média do cliente em meses	Qtd	12
Investimento em treinamento / cliente	R\$	166,27
Investimentos no desenvolvimento de capital Estrutural	R\$	20.258,39

Fonte: adaptado de Edvinsson e Malone (1998, p.141-142).

Os empregados encontram-se com um índice alto de satisfação, chegando

em 99%, por eles estarem longe de casa, eles tem um grande suporte, como hospedagem em hotéis, alimentação em tempo integral, roupa lavada, transporte e até apoio psicológico.

O índice de % em treinamento também é alto, pois como os funcionários trabalham com PTAs (Plataformas elevatórias), em altura, fixados em linhas de vida, requer um treinamento e qualificação aos mesmos para que o cliente libere as atividades deles.

E por fim o Quadro 9 nos traz os indicadores do foco humano da empresa B objeto de estudo deste trabalho.

Quadro 19 - Indicadores do Foco Humano

<b>INDICADORES DO FOCO HUMANO</b>		
<b>INDICADORES</b>	<b>MEDIDA</b>	<b>VALOR</b>
Índice de liderança	%	97,6%
Índice de motivação	%	89%
Número de empregados	Qtd	31
Rotatividade dos empregados	%	42 %
Tempo médio de casa	Meses	3
Número de Coordenadores	Qtd	5
Número de coordenadores do sexo feminino	Qtd	0
Idade média dos empregados	Anos	26
Tempo de treinamento (dias/ano)	Qtd	50
Número de empregados permanentes em tempo integral	Qtd	31

Fonte: adaptado de Edvinsson e Malone (1998, p.143-144).

O número de rotatividade é alto devido aos picos de demanda de mão de obra, pois o número tem que acompanhar a necessidade das obras, quando baixa essa demanda a empresa faz o desligamento dos funcionários, recontratando quando necessário.

O número de empregados permanente em tempo integral é uma média que a empresa sempre mantém para realizar o mínimo de trabalho.

A idade média dos colaboradores é baixa devido a grande rotatividade, pois as contratações são feitas muitas vezes de outros estados. Vale ressaltar também que eles são 100% do sexo masculino.

#### 4.4.5 CÁLCULO DO CAPITAL INTELECTUAL DA EMPRESA B

Assim como descrito na empresa A, Edvinsson e Malone (1998), afirmam

que para calcularmos o valor do Capital Intelectual da empresa é necessário escolher os indicadores mais representativos de cada um dos cinco focos propostos no modelo de avaliação Skandia, eliminando os índices que tenham valores mais propriamente do balanço patrimonial.

O quadro 10, abaixo, mostra os índices utilizados para calcular o valor de “C” que é a medida absoluta na fórmula do capital intelectual segundo Edvinsson e Malone (1998).

Quadro 20 - Indicadores da mensuração absoluta do Capital Intelectual (C)

<b>INDICADORES</b>	<b>VALORES (em Reais)</b>
Equipamentos de informática adquiridos	R\$ 500,00
Investimentos no desenvolvimento de capital estrutural	R\$ 20.258,39
Investimento no desenvolvimento de competência	R\$ 1.500,00
Investimentos em relacionamento com o cliente	R\$ 2.300,00
Investimento em treinamento para o cliente	R\$ 500,00
<b>TOTAL</b>	<b>R\$ 25.058,90</b>

Fonte: adaptado de Edvinsson e Malone (1998, p.173)

Com o valor monetário de “C” definido, temos que criar um valor compensatório que teste esses investimentos em relação a produtividade.

Logo, temos que encontrar o valor do coeficiente de eficiência, que é o “i” representado na fórmula. Nomeado por Edvinsson e Malone sendo o que destaca o compromisso da empresa em relação ao futuro.

No quadro 11 destacam-se os indicadores evidenciados para cálculo do coeficiente de eficiência, pede-se que se selecione apenas índices que estejam em porcentagem, e em ordem dos que melhor representam os cinco focos.

Quadro 21 - Índice do coeficiente de eficiência (i) do Capital Intelectual

<b>INDICADORES</b>	<b>VALORES</b>
Participação de mercado	0,8%
Contatos de venda / vendas fechadas	60%
Índice de liderança	87,38%
Índice de motivação	73,24%
Retenção dos empregados	90,25%
Retenção de Clientes	98,56%
<b>TOTAL (média aritmética dos índices)</b>	<b>68,37%</b>

Fonte: adaptado de Edvinsson e Malone (1998, p.175).

Uma vez conhecido o valor de “C” e de “i” os quais compõem a fórmula do

Capital Intelectual, basta substituí-los:

Quadro 22 - Aplicação do Modelo Skandia Empresa B

<b>Capital Intelectual =</b>	<b>i x C</b>
<b>Capital Intelectual =</b>	<b>0,6837 x R\$ 25.058,90</b>
<b>Capital Intelectual =</b>	<b>17.132,77</b>

Fonte: Elaboração própria (2019).

#### 4.5 CONSIDERAÇÕES DO MÉTODO

Primeiramente Edvinsson e Malone (1998) sugerem que sejam selecionados os índices que melhor representem os cinco focos que compõem o capital intelectual, não há um limite de índices, porém quando utilizado muitos deles, acaba dificultando a análise do todo.

Depois de selecionados e apresentados os índices que mais se destacam em cada foco, Edvinsson e Malone (1998) sugerem que seja encontrado o valor de “C” que representa o valor do Capital Intelectual organizacional e o coeficiente de eficiência que é representado por “i”.

Assim substituindo os valores na equação proposta por Edvinsson e Malone, encontramos o valor de Capital Intelectual da empresa objeto de estudo A, no valor de R\$ 17.132,77.

Aplicando este método, além de chegarmos ao valor monetário do capital intelectual, notamos que ele possibilita que sejam extraídas informações para fins gerenciais, analisando o desempenho da empresa por foco.

#### 4.6 APLICAÇÃO DO METODO DA DIFERENÇA ENTRE O VALOR DE MERCADO E O VALOR CONTÁBIL NA EMPRESA B

O método de aplicação do método da diferença entre o valor de mercado e o valor contábil é um método simples de ser aplicado.

Pois são extraídos os seguintes dados da empresa:

- Valor contábil, que é apresentado no Balanço Patrimonial no campo do Patrimônio Líquido.
- Valor de mercado, que foi definido pelo sócio diretor da empresa objeto de estudo A.

Logo, analisando o balanço patrimonial, encontramos um valor contábil registrado em R\$ 95.893,26. Já o valor de mercado da empresa foi constatado em R\$ 150.000,00 sob a definição do sócio diretor.

Diante dessas informações, os valores serão substituídos na equação do Capital Intelectual proposta por Stewart (1998):

Quadro 23 - Definição de Equação

<b>CI = VM - VC</b>
Onde:
CI = Capital Intelectual
VM = Valor de Mercado (preço por ação multiplicado pelo número total de ações do capital da empresa)
VC = Valor Contábil (Valor registrado no Patrimônio Líquido da entidade)

Abaixo temos a aplicação dos valores encontrados, na fórmula apresentada por Stewart, chegando ao valor monetário do capital intelectual:

Quadro 24 - Aplicação do Modelo Diferença Empresa B

<b>Capital Intelectual =</b>	<b>VM - VC</b>
<b>Capital Intelectual =</b>	<b>150.000,00 - 95.893,26</b>
<b>Capital Intelectual =</b>	<b>54.106,70</b>

Fonte: Elaboração própria (2019).

#### 4.6.1 CONSIDERAÇÕES DO MÉTODO

Considerando o modelo de Stewart (1998), chegou-se ao valor de capital intelectual no valor de R\$ 54.106,70, que representa 56,42% do seu valor contábil.

Porém não se pode considerar esse valor total de capital intelectual, pois juntamente dele há itens intangíveis como patente, marcas, *goodwill*.

Este método nos traz um valor bruto, sem muita informação gerencial.

#### 4.7 APLICAÇÃO DO METODO DA RAZÃO ENTRE O VALOR DE MERCADO E O VALOR CONTÁBIL OU MARKET-TO-BOOK NA EMPRESA B

O método da razão entre o valor de mercado e o valor contábil, assim como o método apresentado no item acima, é um modelo de fácil aplicação.



Para aplicarmos esse método, serão utilizados os mesmos dados do modelo acima, pois ele se utiliza das mesmas informações que são:

- Valor contábil, que é apresentado no Balanço Patrimonial no campo do Patrimônio Líquido.
- Valor de mercado, que foi definido pelo sócio diretor da empresa objeto de estudo A.

Portanto para este método será utilizada a seguinte equação:

Quadro 25 - Definição Equação

<b>CI = VM / VC</b>	
Onde:	
CI = Capital Intelectual	
VM = Valor de Mercado (preço por ação multiplicado pelo número total de ações do capital da empresa)	
VC = Valor Contábil (Valor registrado no Patrimônio Líquido da entidade)	

Abaixo podemos ver os valores encontrados aplicados na equação:

Quadro 26 - Aplicação do Modelo Razão Empresa B

<b>Capital Intelectual =</b>	<b>VM / VC</b>
<b>Capital Intelectual =</b>	<b>150.000,00 / 95.893,26</b>
<b>Capital Intelectual =</b>	<b>1,56</b>

Fonte: Elaboração própria (2019).

#### 4.7.1 CONSIDERAÇÕES DO MÉTODO

Segundo Stewart (1998), o resultado do método da razão entre o valor de mercado e o valor contábil, quanto mais alto, indica que a empresa possui mais conhecimento. Aplicando este método na empresa objeto de estudo B, chegou-se a razão de 1,56.

Conforme já citado no método anterior esses dois métodos são estritamente financeiros, não gerando dados para a utilização da gestão administrativa.

## 5 CONCLUSÃO

O Capital Intelectual se refere a uma parte muito complexa da contabilidade das organizações, conforme referenciado por Hedriksen e Breda (1999), devido as suas incertezas na mensuração. Também identificado por diversos autores como um dos maiores geradores de riquezas dentro das empresas.

Desta forma o presente estudo teve como objetivo identificar os principais métodos de avaliação do capital intelectual, aplicando os três métodos selecionados em dois segmentos de mercado diferentes, uma indústria e prestação de serviços e, posterior comparação entre eles.

O referencial teórico buscou identificar os métodos mais utilizados e confiáveis de mensuração do capital intelectual, desenvolvidos por autores nomeados no assunto. Definindo que os três métodos a serem aplicados seriam os seguintes: Modelo Skandia desenvolvido por Edvinsson e Malone, o segundo foi o Método da diferença entre o valor de mercado e o valor contábil e por fim, o Método da razão entre o valor de mercado e o valor contábil, ambos desenvolvidos por Stewart (1998).

A metodologia empregada levou em consideração a pesquisa bibliográfica, coleta de dados e aplicação dos dados nas três diferentes teorias abordadas.

Os dados foram coletados com as empresas objeto de estudo do presente trabalho dentre várias entrevistas e visitas com a administração e direção das empresas. Os resultados foram apresentados de forma clara, tendo suas considerações contextualizadas ao fim de cada aplicação.

A aplicação do Modelo Skandia na empresa A industrial resultou em uma mensuração de valor monetário do capital intelectual de R\$ 32.923,30. O mesmo modelo aplicado à empresa objeto de estudo B, prestação de serviço, resultou em uma mensuração de valor monetário do capital intelectual de R\$ 17.132,77. O capital intelectual da empresa A corresponde a 4,96 % da sua receita mensal, já o capital intelectual da empresa B corresponde a 28,55 % da sua receita.

Analisado o valor monetário, a empresa A tem mais valia de capital intelectual do que a empresa B, mas para uma análise mais justa, comparou-se o percentual que o capital intelectual representa sobre receita de vendas. Logo, nota-se que a empresa B, que demanda maior mão de obra por ser uma empresa de prestação de serviços, tem seu percentual mais elevado.

A aplicação do Método da diferença entre o valor de mercado e o valor contábil na empresa objeto de estudo A, resultou em um valor do Capital Intelectual de R\$ 336.393,54. Já a aplicação do mesmo modelo na empresa objeto de estudo B, resultou em um valor do Capital Intelectual de R\$ 54.106,70.

Da mesma maneira que o primeiro modelo foi necessário à avaliação do percentual de representatividade sobre a receita, para comparar a valia de capital das duas empresas. O capital intelectual da empresa A, corresponde a 50,73% da sua receita mensal. Já na empresa B corresponde a 90,18% da sua receita mensal. Logo, pode se confirmar que, assim como na metodologia anterior, a empresa B tem mais valia de capital intelectual do que a empresa A.

O terceiro, e último método aplicado, calculado baseado na razão entre o valor de mercado e o valor contábil aplicado na empresa objeto de estudo A, resultou em um índice de 1,27. Já aplicando o método na empresa objeto de estudo B, resultou em um índice de 1,56. Esse índice demonstra que as empresas têm capital intelectual e que, quanto mais alto for o índice, maior a valia do capital.

Através da pesquisa e aplicação dos métodos escolhidos, foi possível responder ao propósito do presente estudo, chegando ao valor de mensuração do capital intelectual das duas empresas objeto de estudo deste trabalho, nos três métodos. Foi possível analisar diversos pontos que podem ser extraídos para auxiliarem na tomada de decisão da gestão das empresas.

Corroborando com as premissas medidas nos três métodos de avaliação do capital intelectual foi possível identificar maior valor intelectual para a empresa B. Isto se justifica pela característica da atividade que corresponde a prestação de serviço, em detrimento da empresa B do ramo industrial.

Fica ainda o desafio para a classe contábil no sentido de encontrar o método mais justo de mensuração e contabilização do valor intangível do capital intelectual das organizações.

## REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, Mário de Souza. **Elaboração de Projeto, TCC, Dissertação e Tese: uma abordagem simples, prática e objetiva**. 2. ed. São Paulo: Atlas S.a., 2017. Disponível em: <<https://integrada.minhabiblioteca.com.br/#/books/9788522491162/cfi/3!/4/4@0.00:59.2>>. Acesso em: 11 jun. 2019.
- ANTUNES, M. T. P. **Capital intelectual**. São Paulo: Atlas, 2000.
- BEUREN, I. M. BELTRAME, C. **Mensuração e contabilização dos recursos humanos sob o ponto de vista de seu potencial de geração de resultados**. Revista do CRCRS. Porto Alegre, v. 27, nº 95, out./dez. 1998.
- CANTELLI, Wellington Washington; ARESI, Evandro Marcio; SOUZA, Alceu. **Avaliação de ativos intangíveis para a gestão do conhecimento**. Revista Perspectivas Contemporâneas, Campo Mourão, 2006, vol.1, n.2, p. 129-152. ISSN 1980-0193.
- CERVO, Amado Luiz; BERVIAN, Pedro Alcino. **Metodologia científica**. 5.ed. São Paulo: Prentice Hall, 2002. 242 p. ISBN 858791815X.
- DE SOUZA, Wander José Theóphilo. **O capital intelectual sob a ótica da contabilidade**. Cad. esc. negoc. 2006, vol.4, número 04.
- EDVINSSON, L. MALONE, M. S. **Capital intelectual**. São Paulo: Makron Books, 1998.
- FRANCO, Hilário. **Contabilidade geral**. 23. ed. São Paulo: Atlas, 1997, 407 p.
- GÓIS, C. G. **Capital intelectual: o intangível do século XXI**. In: Congresso Brasileiro de Custos, 7, 2000. Recife. Anais. Recife: UFPE, agosto de 2000.
- HENDRIKSEN, E. S.; &BREDA, M. S. V. **Teoria da Contabilidade**. São Paulo: Atlas, 1999.

HERMAN JR., Frederico. **Contabilidade superior: teoria econômica da contabilidade**. 9. São Paulo: Atlas, 1972. 345 p.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia do trabalho Científico: procedimentos básicos, pesquisa bibliográfica, projeto e relatório, publicações e trabalhos científicos**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2009. 225 p. ISBN 9788522448784.

LOPES, João Francisco. **Capital Intelectual: Contribuições a sua mensuração e classificação contábil**. 1. ed. Itapetininga: Associação de Ensino de Itapetininga, 2001.

MARION, José Carlos. **Contabilidade básica**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2009. 269 p. ISBN 9788522455928.

MARTINS, E. ANTUNES, M. T. P. **Capital intelectual: verdades e mitos**. In: Congresso Brasileiro de Contabilidade, 16, 2000, Goiânia, Anais. Goiânia: CFC, outubro de 2000.

PAIVA, S. B. **Capital intelectual: um novo paradigma para a gestão dos negócios**. In: Congresso Brasileiro de Contabilidade, 16, 2000, Goiânia. Anais. Goiânia: CFC, outubro de 2000.

PADOVEZE, C. L. **Aspectos da gestão econômica do capital humano**. Revista de Contabilidade do CRC-SP. São Paulo, nº 14, dez. 2000.

REZENDE, Y. **Informação para negócios: os novos agentes do conhecimento e a gestão do capital intelectual**. Caderno de Pesquisas em Administração – FEA/USP. São Paulo, v.8, nº 1, jan./mar. 2001.

SÁ, Antonio Lopes de. **Teoria da contabilidade**. São Paulo: Atlas, 1998. 349 p. ISBN 8522418284.

SCHMIDT, Paulo; SANTOS, José L.. **Avaliação de ativos intangíveis**. São Paulo: Atlas, 2002.

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

SVEIBY, K. E. **A nova riqueza das organizações**. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

SVEIBY, K. E. **O valor do intangível**. HSM Management, São Paulo, nº 22, set./out. 2000.

WERNKE, Rodney. **Considerações acerca dos métodos de avaliação do capital intelectual**. Revista Brasileira de Contabilidade. Nº 137. Setembro/Outubro de 2002.