

Capital intelectual: um estudo de caso em uma empresa do setor de rochas ornamentais

Antonio Segivaldo Braga Mesquita (UVA) - segivaldobm@hotmail.com

Helena Mara Oliveira Lima (UVA) - helenamaraol@yahoo.com.br

Resumo:

Os elementos intangíveis passaram a ter grande relevância neste novo cenário econômico. Baseados nisso, é muito importante que as empresas tenham novos instrumentos capazes de identificar e mensurar estes valores ocultos, que estão reunidos sob o conceito de capital intelectual. Neste sentido, o artigo foi desenvolvido com o intuito de avaliar a situação dos indicadores de capital intelectual presentes na Granistone S/A, uma grande empresa do setor de rochas ornamentais, localizada na zona norte do estado do Ceará. Para alcançar o objetivo proposto, foi realizado um estudo de caso a partir de uma perspectiva descritiva, com abordagem quali-quantitativa dos dados. Para tanto, foi utilizado um questionário baseado na proposta do Modelo Intelect (1998), aplicado aos gestores da organização, contendo um conjunto de 32 indicadores selecionados para o estudo. Com base nas respostas obtidas, foi proposto um relatório de capital intelectual para servir como complemento à informação gerencial. A partir do estudo realizado, foi possível constatar que o Modelo Intelect (1998), bem como as informações geradas no relatório, são capazes de identificar e mostrar os pontos fracos e fortes da empresa, auxiliando assim os gestores da organização, em suas tomadas de decisão, proporcionando um melhor desempenho, crescimento e continuidade da empresa.

Palavras-chave: *Capital intelectual. Mensuração. Indicadores.*

Área temática: *Gestão do Conhecimento e Capital Intelectual*

Capital intelectual: um estudo de caso em uma empresa do setor de rochas ornamentais

Resumo

Os elementos intangíveis passaram a ter grande relevância neste novo cenário econômico. Baseados nisso, é muito importante que as empresas tenham novos instrumentos capazes de identificar e mensurar estes valores ocultos, que estão reunidos sob o conceito de capital intelectual. Neste sentido, o artigo foi desenvolvido com o intuito de avaliar a situação dos indicadores de capital intelectual presentes na Granistone S/A, uma grande empresa do setor de rochas ornamentais, localizada na zona norte do estado do Ceará. Para alcançar o objetivo proposto, foi realizado um estudo de caso a partir de uma perspectiva descritiva, com abordagem quali-quantitativa dos dados. Para tanto, foi utilizado um questionário baseado na proposta do Modelo *Intelect* (1998), aplicado aos gestores da organização, contendo um conjunto de 32 indicadores selecionados para o estudo. Com base nas respostas obtidas, foi proposto um relatório de capital intelectual para servir como complemento à informação gerencial. A partir do estudo realizado, foi possível constatar que o Modelo *Intelect* (1998), bem como as informações geradas no relatório, são capazes de identificar e mostrar os pontos fracos e fortes da empresa, auxiliando assim os gestores da organização, em suas tomadas de decisão, proporcionando um melhor desempenho, crescimento e continuidade da empresa.

Palavras-chave: Capital intelectual. Mensuração. Indicadores.

Área Temática: Gestão do conhecimento e capital intelectual.

1 Introdução

A humanidade sempre enfrentou grandes momentos de mudanças durante toda a sua história, porém, nas últimas décadas estas mudanças aconteceram de forma muito rápida, foi uma verdadeira “avalanche” de acontecimentos, descobertas e mudanças importantes, as quais todos os segmentos da sociedade foram submetidos.

Esse período de gradativas mudanças na economia mundial vem sendo apontado por muitos estudiosos do assunto como o período de transição de uma Sociedade Industrial para uma Sociedade do Conhecimento, pois aos demais recursos existentes, e até então valorizados e utilizados na produção - terra, capital e trabalho -, junta-se o conhecimento, o que altera, principalmente, a estrutura econômica das nações e, sobretudo, a forma de valorizar o ser humano. (ANTUNES; MARTINS, 2002, p.42).

Todas essas transformações refletiram no comportamento das organizações, fazendo com que a principal fonte de competitividade das empresas seja o conhecimento, e não mais os recursos materiais, tecnológicos e estruturais, visto que estes podem ser adquiridos facilmente por qualquer organização.

Com todas essas mudanças, alguns gestores passaram a dar mais importância a elementos que não são evidenciados nas demonstrações contábeis tradicionais, mas que são importantíssimos para a criação de valor dentro da empresa, esses elementos fazem parte em sua grande maioria, dos ativos intangíveis, e estão agrupados sob o conceito de capital intelectual.

Verifica-se que a ênfase atual não é mais nos ativos tangíveis, como era na Sociedade Industrial, e sim nos intangíveis, em outras palavras, o capital financeiro cedeu lugar ao capital intelectual, e isso pode ser percebido em diversas empresas no mundo que têm seu

valor de mercado muitas vezes maior do que seu valor contábil, basta olharmos para as empresas que têm suas ações negociadas na Bolsa de Valores, sendo esta diferença, atribuída principalmente aos ativos intangíveis, que em conjunto, compõem o capital intelectual da empresa.

Sabe-se que “a Contabilidade veio se destacando ao longo dos séculos, por ser o principal sistema de informações das entidades [...]”, (IUDÍCIBUS, 1994, p.7). Partindo-se desta premissa, pode-se afirmar que o sistema contábil de qualquer empresa, constitui-se como seu principal sistema de informações, devendo fornecer dados capazes de auxiliar a organização na busca de seus objetivos, bem como permitir uma tomada de decisão pelos usuários das informações. “Entretanto, nos últimos anos, a Contabilidade vem recebendo sérias críticas quanto a sua eficácia no reconhecimento dos elementos intangíveis, [...], que chegam a pôr em dúvida se a Contabilidade tem cumprido, satisfatoriamente, a sua missão”. (ANTUNES, 2006, p.22).

Neste contexto, o presente trabalho tem por objetivo avaliar a situação que se encontram os indicadores de capital intelectual, selecionados para a Granistone S/A uma grande empresa do setor de rochas ornamentais, localizada na zona norte do estado do Ceará.

O trabalho está organizado em cinco partes, iniciando-se com esta introdução. Dando continuidade é apresentado o referencial teórico, mostrando os aspectos conceituais e de classificação do capital intelectual. Na seqüência apresenta-se a metodologia adotada na pesquisa. Em seguida é abordado o estudo de caso, apresentando um breve perfil da empresa objeto de estudo, assim como os indicadores e o relatório de capital intelectual elaborado para a empresa. Por fim, descrevem-se as considerações finais acerca do tema estudado.

2 Referencial teórico

A crescente divergência do valor que é mostrado nas demonstrações contábeis (valor contábil), com o valor que a empresa é avaliada no mercado (valor de mercado), é atribuída por vários estudiosos a fatores diversos, entre eles está o capital intelectual.

Encontram-se na literatura diversos conceitos para o capital intelectual, percebe-se que não existe uma unanimidade quanto sua definição, tal conceito encontra-se em construção.

Para o *Euroforum* (1998), responsável pela elaboração do modelo de mensuração *Intelect*, capital intelectual é o conjunto de ativos intangíveis de uma organização que, apesar de não estarem refletidos nos registros contábeis tradicionais, geram valor na atualidade ou têm potencial de gerá-lo no futuro.

De acordo com o FASB (*Financial Accounting Standards Board*), (apud Oliveira Neto, 2000, p.4), o capital intelectual pode ser definido de duas maneiras, a primeira como sendo “ativos intangíveis combinados que permitem a companhia funcionar e manter uma vantagem competitiva”, e na segunda definição sendo “a diferença entre o valor real de mercado da companhia e o valor real de mercado dos ativos tangíveis menos passivos da companhia”.

Era consenso entre os estudiosos, que a diferença entre o valor de mercado e o valor contábil de uma organização era devido à confiabilidade na marca, lealdade de clientes, qualidade dos produtos, entre outros elementos intangíveis que eram agregados a empresa ao longo de sua existência, porém, como não tinha uma forma de identificá-los separadamente, um a um, resolveram agrupá-los em um mesmo conjunto: no *goodwill*.

O conceito de capital intelectual surge da necessidade de identificar e mensurar os ativos intangíveis que, uma vez não mensurados, caracterizam o *goodwill*. Saber como identificar e dar valor a estes intangíveis, consiste na proposta do capital intelectual, o que o torna um dos principais desafios a serem vencidos pela Contabilidade.

Explicar o conceito de capital intelectual tem sido alvo para diversos pesquisadores. Para Stewart (1998 apud Paiva, 2000, p.4), capital intelectual: “é a soma do conhecimento de todos em uma empresa, o que lhe proporciona vantagem competitiva. [...] que pode ser utilizada para gerar riqueza”.

Por sua vez, Antunes e Martins (2007, p.4) ao analisar os diferentes conceitos expostos na literatura, sugeriram a seguinte definição:

Capital intelectual é o somatório do conhecimento proveniente das habilidades aplicadas (conhecimento tácito) dos membros da organização com a finalidade de trazer vantagem competitiva, materializando-se em bons relacionamentos e no desenvolvimento de novas tecnologias. (ANTUNES; MARTINS, 2007, p.4)

Assim como não existe ainda uma definição universal de capital intelectual, também não existe uma classificação comum dos componentes do mesmo, vários autores mostram um grande número de elementos e ainda diferentes formas de agrupá-los.

Para o *Euroforum* (1998), o capital intelectual se compõe de 3 blocos, são eles:

- Capital humano: refere-se ao conhecimento útil para a empresa, que estão nas pessoas e equipes, bem como suas capacidades de inovação.
- Capital estrutural: é o conhecimento próprio da organização, fica explícito, é propriedade da empresa. Pode-se dizer que ele a princípio está concentrado nas pessoas e nas equipes.
- Capital relacional: é o valor proveniente do conjunto de relações externas.

Segundo Brooking (1996 apud Antunes 2006), o capital intelectual pode ser dividido em quatro categorias:

- Ativos de mercado: relacionados com o potencial que a empresa possui decorrentes dos intangíveis que estão relacionados ao mercado, tais como marca, clientes, contratos, negócios em andamento, franquias, canais de distribuição.
- Ativos humanos: compreendem os benefícios que o funcionário proporciona à organização por meio de seu conhecimento, liderança, criatividade, capacidade na resolução de problemas.
- Ativos de propriedade intelectual: relacionados aos ativos que necessitam de proteção legal para proporcionarem às organizações benefícios, tais como *know-how*, direitos comerciais, segredos industriais, *copyright*, patentes, *design*.
- Ativos de infra-estrutura: tecnologias, métodos, procedimentos e processos realizados na empresa, estrutura administrativa, sistema de informação, banco de dados contendo as informações necessárias para a operacionalização da empresa.

Sveiby (1998 apud Antunes, 2006), por sua vez, já utiliza outros termos ao se referir aos elementos que compõem o capital intelectual, e para este autor, em vez de utilizar a palavra capital intelectual, ele empregou a denominação de ativos intangíveis, classificando os elementos da seguinte forma:

- Estrutura externa: compreende as marcas registradas, relações com clientes e fornecedores, assim como a imagem da empresa perante o mercado e seus agentes.
- Estrutura interna: relacionada aos sistemas, *softwares*, estrutura organizacional, gerencial e legal, bem como a pesquisa e desenvolvimento.
- Competência individual: compreende a capacidade dos funcionários de agir em diversas situações para criar ativos tangíveis e intangíveis para a organização.

Percebe-se que não existe divergência em relação aos elementos que formam o capital intelectual, a diferença está relacionada com a terminologia empregada nos diferentes componentes apresentados, sendo a interação destes elementos, o responsável pela formação e crescimento do capital intelectual de uma organização.

3 Metodologia da pesquisa

Este estudo caracteriza-se como um estudo do tipo descritivo, pois procurou descrever as características do fenômeno em estudo, no caso, os indicadores formadores do capital intelectual da Granistone S/A, empresa atuante no setor de rochas ornamentais, localizada na zona norte do estado do Ceará. Segundo Gil (1999), o principal objetivo da pesquisa descritiva é expor características de determinada população ou fenômeno, ou o estabelecimento de relações entre variáveis, sendo caracterizada principalmente pela utilização de técnicas padronizadas de coletas de dados.

Em relação aos procedimentos, esta pesquisa aborda um estudo de caso, pois ocorreu a concentração dos estudos na empresa Granistone S/A, o que permitiu coletar numerosas informações para aprofundamento sobre a situação da mesma.

De acordo com Raupp e Beuren (2004), a característica principal da pesquisa do tipo estudo de caso, é a abordagem em uma única empresa, ou seja, um estudo concentrado de um único caso. Ainda citando estes autores, eles complementam dizendo que os resultados encontrados não podem ser generalizáveis a outros objetos ou fenômenos, pelo fato de serem informações específicas da empresa em estudo.

Também no que tange aos procedimentos, o estudo realizou uma pesquisa bibliográfica, envolvendo livros, artigos, revistas e *sites* oficiais e de autoria identificada, para dar suporte teórico às diversas abordagens conceituais apresentadas no trabalho.

De acordo com Cervo e Bervian (1983 apud Raupp e Beuren, 2004), a pesquisa bibliográfica procura explicar um problema a partir de referenciais teóricos publicados em documentos, buscando conhecer e analisar as contribuições culturais ou científicas do passado sobre um determinado assunto, tema ou problema.

Portanto, os dados secundários foram coletados através de uma pesquisa bibliográfica, com o objetivo de formar o marco referencial teórico. Os dados primários originaram-se de um caso centrado na Granistone S/A, empresa atuante no setor de rochas ornamentais. Para a coleta dos dados foi utilizado um questionário contendo ao todo 32 indicadores de capital intelectual, que foram selecionados no decorrer do estudo de caso, e enviado à empresa objeto de estudo, para que os gestores avaliassem a situação do capital intelectual da empresa, a partir da atribuição de notas para cada indicador selecionado, conforme o ponto de vista dos gestores quanto à situação dos mesmos. Todos os indicadores foram organizados em uma escala de 1 a 5, onde: 1 = ruim, 2 = regular, 3 = bom, 4 = muito bom, 5 = excelente.

O questionário foi enviado para a empresa em abril de 2009, e junto dele uma carta de apresentação explicando maiores detalhes sobre a pesquisa, entre eles, citando quais as pessoas que deveriam preencher o questionário.

A empresa devolveu o questionário em aproximadamente 20 dias, passando logo em seguida para a etapa seguinte, que foi a tabulação das respostas e a elaboração de um relatório baseado na análise estatística de cada indicador de capital intelectual respondido.

A situação requer uma abordagem quali-quantitativa, pois tanto haverá o emprego de técnicas estatísticas na análise das informações, quanto será feita uma análise mais profunda em relação ao fenômeno em estudo.

Segundo Raupp e Beuren (2004, p.92): “a abordagem quantitativa caracteriza-se pelo emprego de instrumentos estatísticos, tanto na coleta quanto no tratamento dos dados”, já a pesquisa qualitativa “visa destacar características não observadas por meio de um estudo

quantitativo”, sendo esta última, própria das ciências sociais, pois está relacionada com questões que são influenciadas pelo comportamento do homem enquanto ser social, que através das suas atitudes e comportamentos, altera seu ambiente social, político e econômico.

Para a escolha da empresa, utilizou-se uma amostra do tipo não probabilística, do tipo por acessibilidade, e também pelo interesse de pesquisar um tema de fundamental importância para o conhecimento contábil no contexto de uma organização situada na zona norte do Ceará, pertencente ao entorno da Universidade Estadual Vale do Acaraú.

4 Apresentação e análise dos resultados

A empresa objeto do estudo de caso foi a Granistone S/A, fundada em 1989, sendo hoje uma das maiores empresas do setor de rochas ornamentais do Brasil. Localizada na zona norte do estado do Ceará, a Granistone abastece as principais indústrias de beneficiamento do país, como também exporta para os mercados europeu e asiático. Entre algumas das principais obras realizadas no Brasil com os granitos da empresa, podem-se destacar a Rede Globo/SP, a Basílica de Nossa Senhora Aparecida/SP e o *Shopping Center* Iguatemi/CE. No exterior a empresa também deixou sua marca em obras como a sede do banco holandês *VSB Bank*, Centro de Artes de *Henan* e Agência Marítima de *Taizhou*, estes dois últimos na China.

A principal proposta deste estudo é apresentar a situação dos indicadores de capital intelectual presentes na Granistone S/A, assim sendo, foi selecionado um conjunto de indicadores pensando na estratégia da organização, adaptando-os de acordo com as características e peculiaridades da empresa objeto de estudo, a fim de fornecer informações para uma eventual tomada de decisões. Para tanto, foi utilizado a estrutura do modelo de mensuração apresentado no Congresso *Euroforum* (1998), modelo denominado *Intelect*.

A partir da análise das respostas obtidas dos questionários, calculou-se a média dos indicadores de capital intelectual, com a finalidade de se chegar ao nível que se encontra a situação dos indicadores agrupados em cada bloco, elaborando logo em seguida um relatório de capital intelectual.

As tabelas apresentadas a seguir, agrupam os indicadores sugeridos para a empresa ao longo da pesquisa, e estão divididas de acordo com a estrutura de capital intelectual adotada, ou seja, estão organizadas conforme a proposta do Modelo *Intelect*: capital humano, capital estrutural e capital relacional.

A coluna dos respondentes corresponde as respostas dadas para cada indicador, indo de 1 (ruim) a 5 (excelente), para a avaliação da situação que se encontra o indicador, de acordo com o ponto de vista dos gestores da empresa, no total foram 4 (quatro) respondentes.

A média dos pontos de cada indicador é obtida a partir da soma dos pontos das respostas dadas, divididas pelo número de respostas.

Para uma melhor visualização dos indicadores, foi utilizado um gráfico radar, possibilitando assim aos gestores e demais interessados, uma visão fácil e um acompanhamento geral do desempenho dos indicadores selecionados, desta forma, o gráfico mostrará a situação atual que a empresa se encontra com relação a cada indicador, apontando os pontos fracos e fortes, possibilitando uma possível tomada de decisão por parte da empresa.

Os gráficos radar de cada bloco de capital intelectual estão numerados de 0 (zero) a 5 (cinco), quanto mais próximo um indicador tiver das extremidade do gráfico, melhor estará seu desempenho, e quanto mais próximo do centro, pior será a situação do indicador.

Desta forma, após completar o gráfico radar com todos os indicadores, a parte preenchida do gráfico corresponde ao nível atual dos indicadores da empresa, sendo que a parte em branco será considerada os esforços que a empresa precisa trabalhar, para que consiga deixar o gráfico mais preenchido possível.

4.1 Relatório do capital humano

Os indicadores do capital humano buscam evidenciar e mensurar o nível de capacidade, habilidade e relacionamentos do corpo funcional da empresa, bem como o nível de satisfação destes com a mesma. Este capital é muito importante, pois é ele que servirá de base para gerar os outros componentes do capital intelectual.

Tabela 1 – Resultado da pesquisa de avaliação dos indicadores de capital humano.

Nº.	Indicadores do capital humano	Respondentes				Média
		A	B	C	D	
1	Nível de habilidade e experiência dos empregados.	3	4	4	5	4
2	Nível de motivação e satisfação dos empregados.	4	4	4	4	4
3	Conhecimento técnico dos empregados.	3	4	4	5	4
4	Capacidade de relacionamento dos empregados.	3	3	5	4	3,75
5	Capacidade de trabalho em equipe.	3	3	5	4	3,75
6	Clima organizacional em geral.	3	4	4	4	3,75
7	Nº. de trocas de informações e conhecimentos entre os empregados.	3	2	4	4	3,25
8	Tempo de treinamentos e capacitação oferecidos aos empregados.	2	3	3	4	3
9	Número de empregados.	3	4	3	4	3,5
10	Nível de escolaridade dos empregados.	2	3	2	3	2,5
11	Índice de rotatividade dos empregados. (<i>turn over</i>)	3	4	4	5	4
12	Nº. de pesquisas direcionadas aos clientes para saber o que eles valorizam (ou desvalorizam) nos empregados.	2	1	3	3	2,25

Fonte: Pesquisa realizada em abril de 2009.

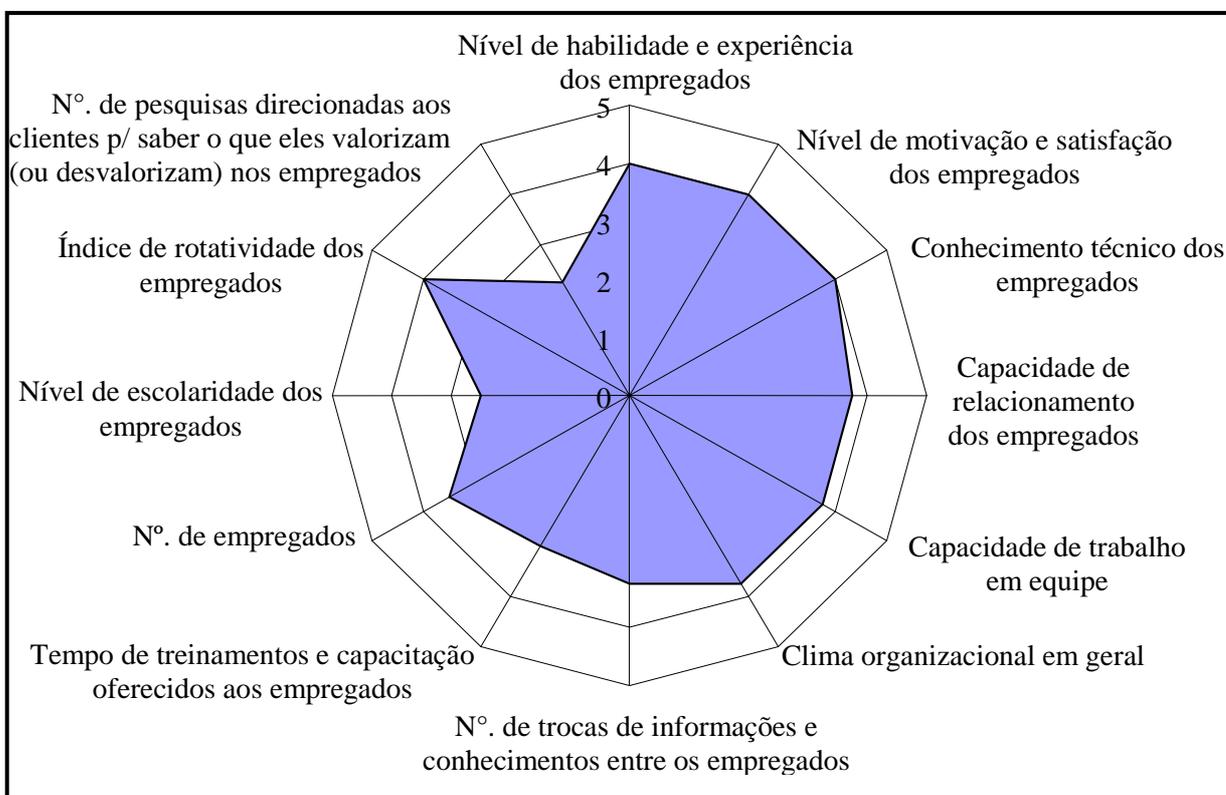


Gráfico 1 – Capital humano da empresa.
Fonte: Pesquisa realizada em abril de 2009.

Verifica-se através do gráfico, que os indicadores mais bem avaliados pela empresa, ou seja, os que estão mais próximos das extremidades são: nível de habilidade e experiência dos empregados, nível de motivação e satisfação dos empregados, conhecimento técnico dos empregados e o índice de rotatividade dos empregados, todos tiveram uma média considerada muito boa, ou seja, igual a 4 pontos. Com relação ao índice de rotatividade dos empregados, indicador que ficou entre os mais bem avaliados, com uma média de 4 pontos, pode-se perceber que o processo de recrutamento e seleção dos profissionais na empresa é bastante eficiente, como também, esta avaliação muito boa, pode ser justificada pela situação que se encontra o nível de motivação e satisfação dos empregados na empresa, que está muito bom, 4 pontos, fazendo assim com que eles permaneçam na mesma por muito tempo, o que permite uma baixa rotatividade, e conseqüentemente uma melhor produtividade e lucratividade da empresa, pois caso o índice de rotatividade dos empregados obtivesse uma avaliação insatisfatória, indicaria que algo estava errado na organização, fazendo com que a empresa realizasse despesas tanto na admissão, com treinamentos na adaptação do novo empregado, quanto na demissão, com direitos trabalhistas.

Um dos motivos para a satisfação dos empregados, em especial do setor de exploração, pode está relacionada à técnica de corte utilizada pela empresa na extração dos blocos, pois a mesma utiliza o fio diamantado, uma das técnicas mais recentes, o que contribui para a melhoria das condições de trabalho, pelo fato de deixar a atividade mais silenciosa, como também diminui significativamente poeiras e vibrações se comparado a técnicas anteriores, onde se utilizava explosivos.

Logo em seguida, com uma média de 3,75 pontos vêm: capacidade de relacionamento dos empregados, capacidade de trabalho em equipe e clima organizacional em geral. Pode-se perceber que todos estes indicadores estão com um desempenho considerado muito satisfatório, o que mostra uma boa relação interpessoal, bem como uma maior produtividade dos colaboradores ativos da organização.

Os indicadores que se mostraram mais distantes das extremidades do gráfico foram: número de pesquisas direcionadas aos clientes para saber o que eles valorizam (ou desvalorizam) nos empregados, com uma média de 2,25 pontos, e o nível de escolaridade dos empregados, que obteve 2,5 pontos. Atenção pode ser dada a este último, pois mostra que a empresa possui um quadro funcional com nível educacional baixo, deve ser por causa da maioria dos empregados da empresa, quase 70%, trabalham na área de produção, não necessitando assim uma formação mais avançada, os outros 30% são da administração. Porém, o tempo de treinamentos e capacitação oferecidos aos empregados obteve 3 pontos na avaliação, o que poderia ser melhor, pois isso reflete no trabalho em equipe dos mesmos, na qualidade do atendimento aos clientes, bem como uma melhor utilização das técnicas utilizadas na área de produção. Como o conhecimento técnico, a habilidade e experiência dos empregados em geral tiveram média 4, isso pode justificar em partes a avaliação que a empresa fez em relação aos treinamentos.

O número de empregados que a empresa tem atualmente alcançou 3,5 pontos, seguido do número de trocas de informações e conhecimentos entre os empregados, com 3,25, mostrando assim, que o número total de empregados está adequado as necessidades da empresa, como também a troca de informações entre eles está em um nível considerado satisfatório.

De maneira geral a empresa está se saindo bem quanto aos indicadores do capital humano, podendo através do gráfico, buscar soluções para a melhoria dos indicadores que estão mais distantes das extremidades, bem como manter os que já estão com uma boa avaliação.

4.2 Relatório do capital estrutural

Os indicadores do capital estrutural correspondem ao potencial da estrutura interna da empresa, ou seja, a tecnologia dos equipamentos utilizados nos processos, sistemas de informação e a capacidade que a empresa tem de inovar. Este capital servirá de suporte para o capital humano, depende dele a máxima eficiência e qualidade das atividades realizadas pelo corpo funcional da empresa.

Tabela 2 – Resultado da pesquisa de avaliação dos indicadores de capital estrutural.

Nº.	Indicadores do capital estrutural	Respondentes				Média
		A	B	C	D	
1	Capacidade dos equipamentos de um modo geral, utilizados nos processos de extração do granito e mármore.	5	4	5	5	4,75
2	Comprometimento da empresa com a melhoria da qualidade dos produtos/serviços.	4	5	4	5	4,5
3	Tempo gasto para realizar uma transação completa. (Disponibilidade do produto até a realização da venda)	4	4	4	5	4,25
4	Nível de eficiência dos procedimentos e técnicas utilizados na empresa.	3	3	4	5	3,75
5	Recursos investidos em pesquisa e desenvolvimento.	3	4	4	4	3,75
6	Investimentos no desenvolvimento de novos mercados.	3	4	4	4	3,75
7	Os custos de produção com relação à receita.	4	3	4	4	3,75
8	Capacidade do sistema de informação da empresa. (permitindo rápido e fácil acesso as informações relevantes).	3	3	4	4	3,5
9	Custo dos erros ocasionados pelos empregados no último ano.	3	2	3	4	3
10	Nº. de sugestões dos empregados e clientes implantadas pela empresa.	2	1	3	4	2,5
11	Nº de empregados que tem conhecimento em informática.	2	4	3	4	3,25

Fonte: Pesquisa realizada em abril de 2009.

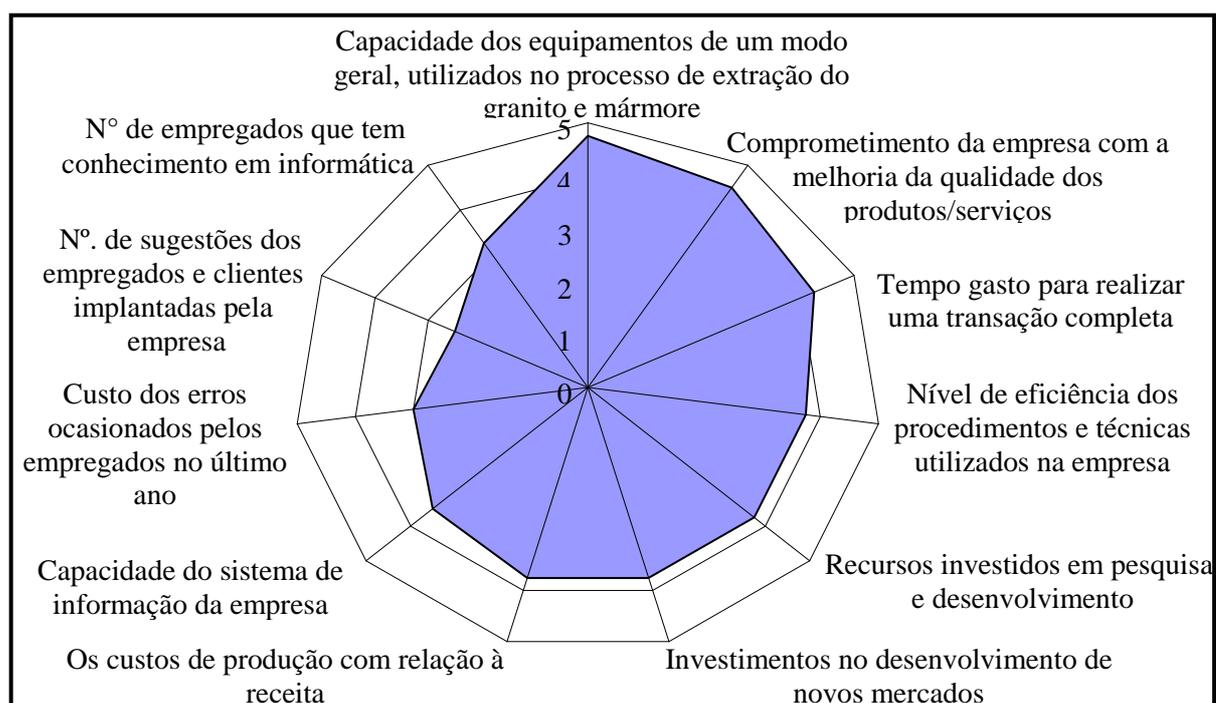


Gráfico 2 – Capital estrutural da empresa.
Fonte: Pesquisa realizada em abril de 2009.

É possível constatar através do gráfico, que a grande maioria dos indicadores de capital estrutural da empresa foi bem avaliada. As três melhores médias foram: capacidade dos equipamentos de um modo geral, utilizados nos processos de extração do granito e mármore, que obteve 4,75 pontos, seguido pelo comprometimento da empresa com a melhoria da qualidade dos produtos/serviços, com 4,5 pontos, e o tempo gasto para realizar uma transação completa (disponibilidade do produto até a realização da venda). Isso demonstra que a empresa possui equipamentos de extração de grande capacidade, podendo disponibilizar os produtos em um tempo curto, como também mostram uma alta preocupação no sentido de melhoria na qualidade dos produtos, satisfazendo assim as exigências do mercado.

Esta excelente avaliação pode estar relacionada às técnicas de corte encontradas na empresa, pois segundo ela, essas técnicas são as mais modernas, sendo possível desta forma, fornecer blocos em um tempo muito mais rápido, além de ter uma regularidade mais geométrica do corte e redução de danos físicos ao bloco, o que significa melhor qualidade do produto e conseqüente maior valor comercial agregado.

Logo em seguida encontram-se: o nível de eficiência dos procedimentos e técnicas utilizados na empresa, os recursos investidos em pesquisa e desenvolvimento, investimentos no desenvolvimento de novos mercados e os custos de produção com relação à receita, todos foram bem avaliados, com 3,75 pontos. Com relação aos recursos investidos em pesquisa e desenvolvimento, a empresa está realizando diversas pesquisas no Ceará e em outros estados, a fim de analisar áreas que tenham viabilidade econômica. Estas pesquisas sempre representam um alto fator de risco financeiro para empresas do setor de exploração de rochas ornamentais, em geral de 20 (vinte) pesquisas realizadas, apenas uma se confirma como viável economicamente. Para se ter uma idéia, a empresa está investindo quase R\$ 15.000.000,00 em uma área de exploração fora do estado do Ceará.

Outro ponto que merece destaque são os custos de produção com relação à receita, pois teve uma boa avaliação, (3,75), segundo a empresa, considerando-se apenas as despesas operacionais com a produção, o índice de agregação de valor na venda de blocos é equivalente a três vezes o seu custo de produção, já a venda do material desdobrado (chapas polidas) gera uma receita até três vezes maior que o valor do bloco, e por fim, a venda de produtos finais (peças trabalhadas), por sua vez, gera uma receita de seis a dez vezes maior por metro cúbico, em relação à venda do bloco.

Verifica-se através do gráfico, que os indicadores mais distantes das extremidades, sendo portanto os que ficaram com as piores avaliações são: o nº. de sugestões dos empregados e clientes implantadas pela empresa, com 2,5 pontos, o custo dos erros ocasionados pelos empregados no último ano, que obteve média 3, e o nº de empregados que tem conhecimento em informática, com 3,25 pontos. A partir destes resultados, percebe-se que foram cometidos alguns erros que comprometeram a lucratividade da empresa, sendo, portanto um ponto que merece mais atenção, no sentido de solucionar o motivo destes erros. A empresa pode analisar se estes erros estão relacionados ao tempo de treinamentos e capacitação oferecidos aos empregados do setor de produção ou administração, que também obteve média 3, o que poderia ser melhor. Mas isto é só um aspecto entre vários, precisando de uma análise mais detalhada para prevenir e corrigir os reais motivos para os erros.

Outro ponto que a empresa precisa analisar melhor, é em relação ao nº. de sugestões dos empregados e clientes implantadas pela empresa, pois isso reflete na satisfação tanto de seus profissionais, como também de seus clientes.

Com relação à capacidade do sistema de informação da empresa (permitindo rápido e fácil acesso as informações relevantes), a empresa considerou que está eficaz (3,5 pontos), mostrando desta forma que o sistema está adequado as necessidades de seus usuários, permitindo assim um acesso rápido e fácil das informações de toda a empresa, o que é importante para agilizar entre outras coisas, o atendimento aos clientes.

4.3 Relatório do capital relacional

Estes indicadores procuram demonstrar a relação existente entre a empresa e seus clientes, bem como fornecedores e parceiros comerciais. A proposta destes indicadores contempla a capacidade da empresa em manter clientes e gerar novos, pois são questões chaves para o êxito da empresa, além de sua relação com outros agentes externos.

Tabela 3 – Resultado da pesquisa de avaliação dos indicadores de capital relacional.

Nº.	Indicadores do capital relacional	Respondentes				Média
		A	B	C	D	
1	Grau de reconhecimento e respeito da marca da empresa perante o mercado.	5	5	5	5	5
2	Preocupação em identificar e atender as necessidades do mercado.	4	5	4	5	4,5
3	Nível de participação que a empresa tem no mercado.	4	5	4	4	4,25
4	Relacionamento da empresa com fornecedores/parceiros comerciais.	4	4	5	4	4,25
5	Número de clientes satisfeitos.	4	4	4	4	4
6	Número de contatos com os clientes. (e-mail ou telefone).	4	3	4	5	4
7	Nº. de clientes atendidos no ano.	4	4	4	4	4
8	Cumprimento rigoroso dos compromissos dentro dos custos, prazos e nível de qualidade acordados.	4	4	4	4	4
9	Lealdade/fidelidade dos clientes.	4	4	4	4	4
10	Despesas relacionadas a <i>marketing</i> .	4	4	4	3	3,75
11	Nº. de pesquisas direcionadas aos clientes para saber a opinião e o grau de satisfação deles.	2	1	3	4	2,5
12	Nº. de reclamações dos clientes.	3	2	3	5	3,25
13	Nº. de pontos de venda.	2	3	3	4	3

Fonte: Pesquisa realizada em abril de 2009.

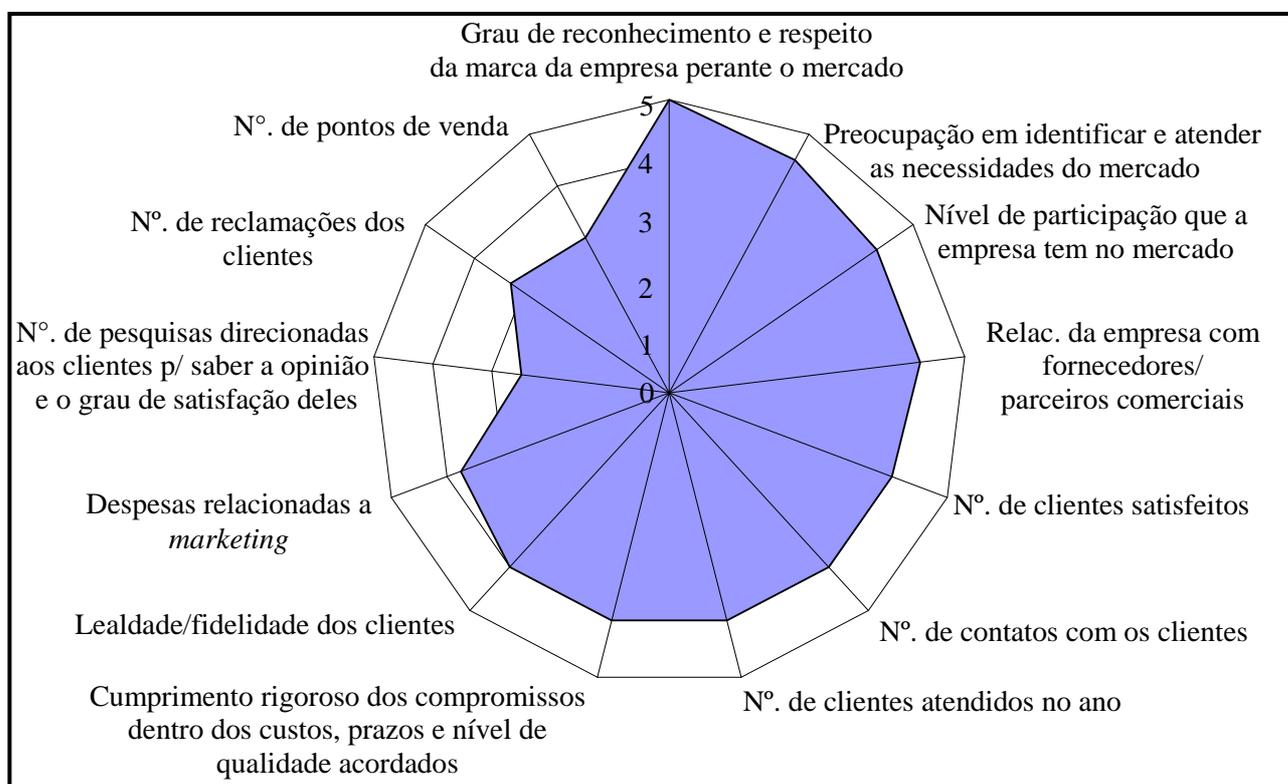


Gráfico 3 – Capital relacional da empresa.
Fonte: Pesquisa realizada em abril de 2009.

Pode-se observar, que o grau de reconhecimento e respeito da marca da empresa perante o mercado atingiu o limite da extremidade do gráfico, sendo a melhor pontuação entre todos os indicadores de capital intelectual, 5 pontos, isso é consequência da grande preocupação que a empresa tem em identificar e atender as exigências do mercado, o segundo indicador mais bem avaliado, com 4,5 pontos.

Logo em seguida, com 4,25 pontos vêm: o nível de participação que a empresa tem no mercado e o relacionamento da empresa com fornecedores/parceiros comerciais, mostrando que o *market share* (participação de mercado) da empresa, está com um excelente nível, e um bom relacionamento com seus fornecedores e parceiros comerciais, o que melhora o desempenho de suas atividades operacionais e contribui para o sucesso da empresa.

É possível constatar que a maior parte dos clientes está satisfeita, pois obteve 4 pontos, o que é fruto principalmente, dentre outros fatores, do comprometimento que a empresa tem na qualidade dos produtos, indicador visto anteriormente no capital estrutural. Sendo que este grau de satisfação é muito importante para a empresa, pois um cliente satisfeito significa que ele próprio falará bem da empresa para os outros, prestará menos atenção aos concorrentes, e buscará novamente manter negócios com a organização, resultando assim, em um maior grau de fidelidade e lealdade do cliente, que também foi bem avaliado pela empresa, obtendo 4 pontos, mostrando desta forma, que a empresa não tem muitas dificuldades na retenção de clientes, o que gerará futuramente um melhor resultado financeiro para a organização.

O número de clientes atendidos no ano, bem como o número de contatos que são mantidos com os mesmos, estão com um nível muito bom, ambos com 4 pontos, o que mostra que a empresa se preocupa em manter o cliente, tornando-os compradores de relações, e não apenas de transações, implicando assim, diretamente em sua retenção.

Outro indicador bem avaliado, foi o cumprimento rigoroso dos compromissos dentro dos custos, prazos e nível de qualidade acordados, que obteve 4 pontos, seguidos das despesas relacionadas a *marketing*, com 3,75 pontos.

O número de pesquisas direcionadas aos clientes para saber a opinião e o grau de satisfação deles, obteve uma média de 2,5 pontos, a pior entre todos os indicadores de capital relacional. Apesar de a empresa mostrar que o número de contatos que mantém com seus clientes está com um nível muito bom, 4 pontos, mostrando ser esse um dos meios que a empresa tem de avaliar a satisfação de seus clientes, uma sugestão seria utilizar pesquisas para melhorar ainda mais seu relacionamento com os mesmos, e saber o percentual de clientes que ficaram satisfeitos, o que influenciaria na conservação do reconhecimento e respeito que a marca da empresa tem hoje no mercado (5 pontos).

Os dois últimos indicadores analisados foram: o número de pontos de venda que a empresa possui, que obteve 3 pontos na média, e o número de reclamações dos clientes, que ficou com uma média de 3,25 pontos. Segundo a pesquisa, a empresa considerou que o número de reclamações dos clientes ainda não está em um nível que ela considere satisfatório, porém, observando outros indicadores de capital relacional, é possível constatar que a empresa está sempre preocupada em solucionar e evitar a reincidência de falhas que motivam essas reclamações, mostrando assim um total comprometimento com o cliente, bem como resultando em sua satisfação.

A partir do gráfico, a empresa poderá visualizar e acompanhar o desempenho dos indicadores, para que assim, aqueles indicadores que estão mais distantes das extremidades do gráfico possam ser melhorados, de modo que não afetem futuramente no desempenho geral das atividades da empresa.

4.4 Análise geral dos componentes de capital intelectual

É possível constatar, que de maneira geral, a interação dos três componentes formadores do capital intelectual - capital humano, capital estrutural e o capital relacional – são igualmente responsáveis para um bom desempenho das atividades da empresa e, desta forma, resultará no bom desempenho do negócio e conseqüentemente aumento do capital financeiro da empresa.

A tabela a seguir mostra o resultado médio de cada bloco de capital intelectual, de acordo com a pesquisa aplicada à empresa foco de estudo. Sendo que a média foi encontrada somando os pontos de cada indicador, e dividindo a soma pelo número total de indicadores de cada bloco.

Tabela 4 – Média geral de cada componente de capital intelectual.

Componentes do capital intelectual	Média geral
Capital humano	3,47
Capital estrutural	3,70
Capital relacional	3,88

Fonte: Pesquisa realizada em abril de 2009.

O gráfico a seguir mostra o nível geral dos três componentes do capital intelectual.

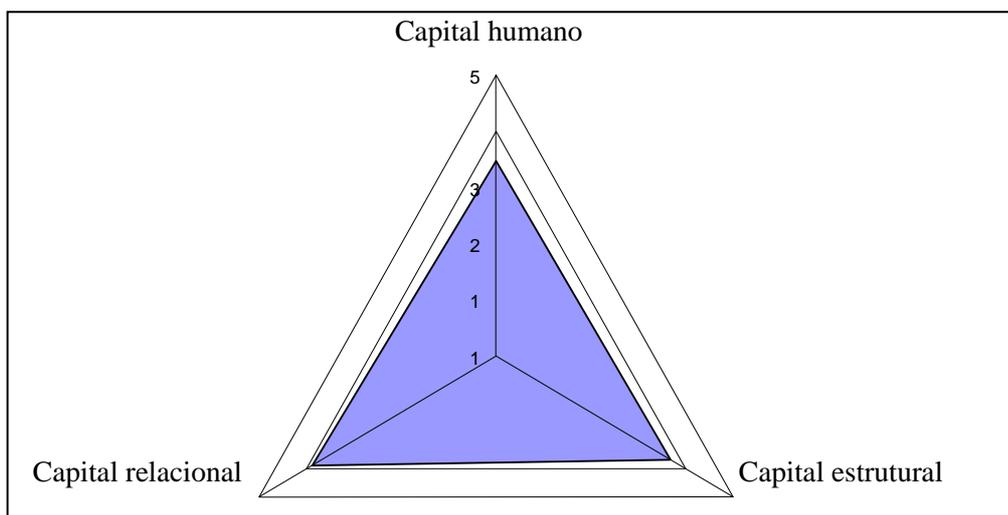


Gráfico 4 – Análise geral dos componentes de capital intelectual.

Fonte: Pesquisa realizada em abril de 2009.

Verifica-se que de acordo com a escala adotada na pesquisa (de 1 a 5), que os componentes de capital intelectual em um contexto geral, tiveram uma avaliação bem satisfatória pela empresa. Dentre os três componentes de capital intelectual da empresa, o capital relacional obteve a maior média, 3,88 pontos, seguido do capital estrutural com uma média de 3,70 pontos e do capital humano com 3,47 pontos.

Os indicadores de capital humano que tiveram a menor média na avaliação foram: o número de pesquisas direcionadas aos clientes para saber o que eles valorizam (ou desvalorizam) nos empregados, e o nível de escolaridade dos empregados, ambos tiveram uma avaliação entre regular e boa, sendo portanto, os principais responsáveis pela menor média do capital humano.

Com relação ao capital estrutural, o número de sugestões dos empregados e clientes implantadas pela empresa foi o indicador que obteve a menor média, 2,5 pontos. Já o capital relacional, o indicador que obteve a avaliação mais baixa foi o número de pesquisas direcionadas aos clientes para saber a opinião e o grau de satisfação deles, obtendo 2,5 pontos.

A partir desta análise, a empresa poderá colocar os indicadores que obtiveram as médias mais baixas, como sendo os de maior prioridade, para que assim busque começar as correções por eles. Vindo em seguida os demais indicadores por ordem de prioridade, ou seja, quanto menor a média, maior a prioridade.

5 Conclusão

Percebe-se através da história, que a Contabilidade sempre buscou alternativas para o aperfeiçoamento de sua capacidade informacional, sempre esteve unida ao seu objetivo maior, fornecendo sempre informações de grande importância para os usuários que dela necessitam. Para se ter uma noção da real importância das informações contábeis, basta imaginar como seria o mundo dos negócios sem elas. Porém, “o cumprimento das atuais normas e princípios contábeis não garante evidenciar o retrato fidedigno da situação das empresas” (SZÜSTER, N.F.F., 2004, p.29), pois eles foram adotados em um tempo que os ativos tangíveis eram os principais responsáveis na geração de valor da empresa, fazendo com que isso seja motivo de algumas críticas feitas à Contabilidade nos últimos anos.

Verificou-se através deste trabalho, que neste mundo globalizado e competitivo, para que uma empresa se mantenha no mercado de forma competitiva, faz-se necessário ter o conhecimento de seu capital intelectual, para assim direcionar ações para seu crescimento. Como foi visto, a riqueza de uma organização não está mais focada apenas nos seus bens físicos, mas nos ativos intangíveis que estão sob o conceito de capital intelectual, o que torna-se necessário portanto, sua identificação e avaliação, para que desta forma retrate uma situação mais real do valor da organização.

Com o estudo feito, constatou-se que a mensuração do capital intelectual de uma empresa pode acontecer com o uso dos modelos de mensuração já existentes, e após sua mensuração, pode-se demonstrar o capital intelectual através de relatórios suplementares às demonstrações contábeis, visto existir imposições legais e fiscais.

Sabe-se que os princípios contábeis, apesar de algumas críticas, ainda continuam sólidos e consistentes, de acordo com Lev (2000 apud Szüster, N.F.F., 2004, p.23), “o sistema contábil não está falido. Esse ainda é incrivelmente eficiente. Fazem-se necessários, porém, ajustes para melhorar o que existe”. Porém, como foi tratado neste trabalho, existe a necessidade da Contabilidade fornecer novas informações que estão sendo exigidos nesta nova economia, como ainda não há uma forma de contabilização destes novos recursos intangíveis, uma das maneiras encontradas é demonstrá-los através de relatórios, fazendo com que desta forma, os usuários das informações contábeis passem a ter um novo instrumento de informação, capaz de evidenciar outros valores importantíssimos na agregação de valor de uma empresa.

O trabalho realizado na Granistone, mostrou que o relatório de capital intelectual é mais uma ferramenta gerencial que pode ser somada às outras já existentes na empresa, pois através dele, a empresa pode analisar quais pontos precisam ser melhorados, bem como os

que estão satisfatórios, precisando apenas de um acompanhamento para serem mantidos ou até mesmo melhorados.

É importante destacar, que para atingir o objetivo deste trabalho foram selecionados 32 (trinta e dois) indicadores de capital intelectual, escolhidos em consonância com a missão da empresa, porém, outros indicadores poderiam ter sido acrescentados, ou até mesmo substituídos pelos que foram propostos para a elaboração deste primeiro relatório, cabe a empresa escolher quais ela deseja manter ou substituir, tendo em vista a importância da informação gerada por cada indicador. Assim sendo, não convém acrescentar indicadores que não tenham importância para a empresa, devem-se escolher tais indicadores de acordo com a estratégia da organização, e que sejam capazes de serem monitorados e avaliados, para que assim, as informações geradas por eles sejam capazes de uma possível tomada de decisão.

O reconhecimento dos intangíveis como elemento estratégico, bem como encontrar formas de divulgar o capital intelectual de uma organização nos relatórios contábeis, serão assuntos cuja importância irá crescer neste novo século. Verifica-se no mundo, um crescente número de relatórios publicados por organizações, fornecendo informações de seus intangíveis, “de acordo com o *Deutsche Bank*, cada vez mais a comunidade internacional está adotando esse tipo de relatório, desde governos (Dinamarca, Japão e Alemanha), até organizações internacionais como a União Européia.” (CAMILLO, 2008, p.1). E acrescenta dizendo que “no plano corporativo, já são mais de 150 empresas, principalmente as escandinavas e da Europa central”.

Diante deste trabalho, pôde-se perceber que as informações geradas no relatório, assim como o Modelo *Intellect* aplicado na Granistone, podem ser utilizados tanto como instrumentos auxiliares no processo decisório, quanto como poderosas ferramentas competitivas para a empresa. Sabe-se que a Contabilidade é a ciência da informação, e seus profissionais são os responsáveis pelo fornecimento da mesma, fica evidente a necessidade de mais estudos para gerar este novo tipo de informação que o mercado impôs, tornando-se um dos desafios mais difíceis a serem vencidos pela Contabilidade, mas que já se torna uma realidade possível.

Referências

ANTUNES, Maria Thereza Pompa. **A controladoria e o capital intelectual:** um estudo empírico sobre sua gestão. Revista de Contabilidade & Finanças da USP. São Paulo – SP, n. 41, p. 21 – 37, Maio/Ago. 2006.

_____. MARTINS, Eliseu. **Capital intelectual:** verdades e mitos. Revista de Contabilidade & Finanças da USP. São Paulo – SP, ano XIII, n. 29, p.41-54, mai/ago.2002.

_____. MARTINS, Eliseu. **Gerenciando o capital intelectual:** uma abordagem empírica baseada na controladoria de grandes empresas brasileiras. Revista Eletrônica de Administração. Ed. 55, Vol. 12, Nº 7, jan-abr 2007.

CAMILLO, Giulia Santos. **Capital intelectual:** investir em recursos humanos gera valor à empresa. Disponível em:

<<http://web.infomoney.com.br/templates/news/view.asp?codigo=1246355&path=/seunegocio/rh/>> Acesso em: 10 jun. de 2009.

EUROFORUM (1998). **Modelo intellect.** Disponível em:

<http://www.gestiondelconocimiento.com/modelo_modelo_intelect.htm>. Acesso em: 07 mai. 2009.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 1999.

IUDÍCIBUS, Sergio de. **Teoria da Contabilidade**. 4ª ed. São Paulo : Atlas, 1994.

OLIVEIRA NETO, Josué Viana. **O capital intelectual: um paradigma contábil**. In: Anais do XVI Congresso Brasileiro de Contabilidade. Goiânia, 2000.

PAIVA, Simone Bastos. **Capital Intelectual: um novo paradigma para a gestão dos negócios**. In: Anais do XVI Congresso Brasileiro de Contabilidade. Goiânia, 2000.

RAUPP, Fabiano Maury; BEUREN, Ilse Maria. Metodologia da pesquisa aplicável às Ciências Sociais. In: BEUREN, Ilse Maria (Organizadora). **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática**. 2ª ed. São Paulo: Ed. Atlas, 2004, p.76-97.

SZÜSTER, Natan; SZÜSTER, Fortunée Rechtman; SZÜSTER Flávia Rechtman. **Contabilidade: atuais desafios e alternativa para seu melhor desempenho**. Revista de Contabilidade & Finanças da USP. São Paulo – SP, n. 38, p. 20 – 30, Maio/Ago. 2005.