

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAIBA
CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

MORGANNA MIRELLI RIBEIRO DE OLIVEIRA

**CAPITAL INTELECTUAL: um estudo sobre o capital intelectual e sua relevância
entre o Santander e seus colaboradores**

CAMPINA GRANDE – PB

2012

MORGANNA MIRELLI RIBEIRO DE OLIVEIRA

**CAPITAL INTELECTUAL: um estudo sobre o capital intelectual e sua relevância
entre o Santander e seus colaboradores**

Trabalho de Conclusão de Curso - TCC
apresentado ao Curso de Ciências Contábeis, da
Universidade Estadual da Paraíba, como requisito
parcial à obtenção do grau de bacharel em
Ciências Contábeis.

Orientadora: prof.^a MSc Kaline Di Pace Nunes

CAMPINA GRANDE – PB

2012

FICHA CATALOGRÁFICA ELABORADA PELA BIBLIOTECA SETORIAL CIA1 – UEPB

O48c Oliveira, Morganna Mirelli Ribeiro de .
Capital intelectual: um estudo sobre o capital intelectual e sua relevância entre o Santander e seus colaboradores../ Morganna Mirelli Ribeiro de Oliveira. – 2012.

22 f.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Contábeis) – Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais e Aplicadas, 2012.

“Orientação: Profa. Ms.. Kaline Di Pace Nunes, Departamento de Contabilidade”.

1. Capital intelectual. 2. Conhecimento. 3. Organização. I. Título.

21. ed. CDD 658.403

MORGANNA MIRELLI RIBEIRO DE OLIVEIRA

**CAPITAL INTELECTUAL: um estudo sobre o capital intelectual e sua relevância
entre o Santander e seus colaboradores**

Este Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) foi julgado adequado para obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis, sendo aprovado em sua forma final.



Professor Msc. José Elinilton Cruz de Menezes
Coordenador do Trabalho de Conclusão de Curso

Professores que compuseram a banca:



Profª Mestre Kaline Di Pace Nunes
Orientadora



Prof. MSc. Francisco de Assis Azevedo Guerra
Membro Examinador



Prof. MSc. Pedro Coutinho de Almeida
Membro Examinador

**Campina Grande – PB
2012**

RESUMO

OLIVEIRA, Morganna Mirelli Ribeiro de. **Um estudo sobre o capital intelectual e sua relevância entre o Santander e seus colaboradores**. Trabalho de conclusão de curso – Curso de Ciências Contábeis, Universidade Estadual da Paraíba, Campina Grande, 2012.

Atualmente, muito se tem comentado e questionado sobre a existência do ativo intangível e de quanto vale à capacidade intelectual do ser humano em proporção a sua riqueza gerada nas organizações e o quanto o conhecimento pode ajudar na competitividade das empresas. Este artigo discorre acerca do capital intelectual e de que forma influencia o desenvolvimento financeiro das organizações. Atendo-se a apresentar os principais conceitos inerentes ao tema capital intelectual e apontar suas categorias através do capital humano, estrutural e de cliente. Evidencia a influência da nova era do conhecimento nas organizações nos dias atuais e como o capital intelectual está inserido na contabilidade, surgindo a necessidade de criar demonstrações capazes de registrar valores as empresas mais próximos da realidade, evidenciando o tão valioso tesouro que é o conhecimento das pessoas. Além disso, o artigo apresenta uma análise de dados coletados por meio de questionário, encaminhado ao meio organizacional com finalidade de coletar o nível de capital intelectual através dos colaboradores de quatro agências do banco Santander, na cidade de Campina Grande-PB. E por fim, percebe-se a importância de construir e adotar uma metodologia para mensurar, em conjunto, itens tangíveis e intangíveis, e avaliar a empresa como um todo.

Palavras-chaves: Capital Intelectual. Conhecimento. Organização.

1 INTRODUÇÃO

Num mundo cada vez mais globalizado e com a existência de novas tecnologias e serviços o profissional contábil precisa estar atualizado e informado sobre a evolução quando envolve conhecimento, gestão e pessoas.

Nos últimos anos a contabilidade vem passando por transformações e uma delas foi promovida pela Lei 11.638/07 que introduziu no Ativo Não Circulante o subgrupo do Ativo Intangível. Através dessas mudanças evidencia-se, o capital intelectual que é foco deste artigo e como está inserido na contabilidade.

E dentro do ativo intangível é evidenciado o capital intelectual que segundo Stewart (1998, p.45) constitui a matéria intelectual: conhecimento, informação, propriedade intelectual, experiência, que pode ser utilizada para gerar riqueza.

Os ativos intangíveis ganharam mais espaço nas empresas e fatores como tecnologia, pesquisa, experiência, desenvolvimento e domínio do conhecimento humano, tornaram-se essenciais para as empresas. Diante disto formula-se a seguinte problemática: **de que forma o capital intelectual influencia o desenvolvimento financeiro das organizações?** E apresenta como objetivo geral identificar como o capital intelectual influencia o desenvolvimento financeiro das organizações.

Através de vários escritores como Stewart (1998, p.45), Brooking (1996, p.12-13), Edvinsson e Malore (1998), são destacados aspectos relacionados aos conceitos e categorias do capital intelectual, dentre as categorias o capital humano, estrutural e de cliente.

Tendo como objetivos específicos: destacar aspectos relacionados aos conceitos e categorias do capital intelectual; verificar como o capital intelectual está inserido na contabilidade; evidenciar a influência da nova era do conhecimento nas organizações e apresentar o nível de capital intelectual no Banco Santander através dos seus colaboradores.

O conhecimento passou a ser um elemento essencial para o sucesso das organizações, e as empresas estão utilizando a tecnologia da informação como instrumento gerencial. Pode-se observar a importância das pessoas e do conhecimento nas organizações podendo tornar-se um recurso determinante e essencial nas atividades. Necessitando através deste artigo evidenciar a influência da nova era do conhecimento nas organizações.

E por fim, apresenta uma análise de dados coletados por meio de questionário, encaminhado ao meio organizacional com finalidade de coletar o nível de capital intelectual no banco Santander através dos seus colaboradores.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 A influência da era do conhecimento nas organizações

Com a globalização e o avanço dos mercados, o conhecimento tem assumido um papel importante e decisivo em interesse do crescimento das organizações,

tornando-se um diferencial para a entidade que utiliza este mecanismo. Paiva (1999, p.79) diz que:

O conhecimento passou a representar um importante diferencial competitivo, para as empresas que sabem adquiri-lo, mantê-lo e utilizá-lo de forma eficiente e eficaz. Esse conhecimento passou a gerar o Capital Intelectual que, às vezes, é bem mais importante que o Capital Econômico.

De acordo com esse pensamento, as pessoas às vezes tem maior importância do que o dinheiro em si. O conhecimento tornou-se um recurso importante e deu competitividade para empresa que sabe utiliza-lo, presente em todas as atividades, as empresas vêm investindo cada vez mais nos seus colaboradores, proporcionando treinamento e formação, objetivando o retorno do capital investido e também a aquisição de certificados de qualidade. O investimento em insumos de produção, de acabamento e todo o conjunto de máquinas não adquire real importância se não alinhados ao conhecimento humano em utilizá-los de uma melhor forma, pois o desenvolvimento de tecnologias direcionadas a produtos e serviços deve ser agrupado a capacidade do indivíduo em saber utilizar o progresso tecnológico a favor de suas atividades laborais.

Ter uma economia baseada em conhecimentos é possuir recursos infinitos. Para Crawford (1994 p. 22-23)

O conhecimento é difundível e se auto reproduz: o contrário das matérias primas da economia industrial, que são recursos finitos, o conhecimento expande-se e aumenta a medida que é utilizado para realizar determinada ação, mais é aprimorado e permite compreender mais profundamente essa ação.

O conhecimento aplicado nas organizações não se restringe apenas as rotinas de produção e organizações de documentos, ele percorre processos inovadores, atualizados e práticos. São compostos por valores, experiências, informações e habilidades criativas, tornando um diferencial aquele que o põem em prática. À medida que é utilizado ele é ampliado.

Na organização, o conhecimento é produzido coletivamente. Esse conhecimento coletivo é composto pelo conjunto de conhecimentos individuais das pessoas que atuam no ambiente organizacional. Para Valentim (2008, p.19)

O conhecimento construído por um indivíduo alimenta a construção do conhecimento coletivo e, por outro lado, o conhecimento coletivo alimenta a construção do conhecimento individual em ambientes organizacionais.

O conhecimento que foi gerado ao longo da atuação e interação do próprio indivíduo no ambiente de trabalho ele se fundi ao conhecimento construído por outras pessoas que ali atuam e forma a coletividade. Há uma troca de conhecimento entre o indivíduo e a coletividade na organização. Segundo Santiago e Santiago Junior (2007).

As organizações que conseguirem utilizar seu vasto patrimônio de conhecimento, know-how e melhores práticas obtidas e desenvolvidas ao longo de sua existência poderão beneficiar-se com significativos ganhos, sejam eles financeiros, estratégicos, ou operacionais, principalmente por causa da maior rapidez na produtividade, aumento no índice de satisfação dos clientes e maior competência organizacional.

A aplicação do conhecimento associado a tecnologias poderão produzir benefícios que agregam valor para as empresas, influenciando não apenas um setor, mas, toda coletividade.

2.2 O capital intelectual: Principais conceitos e suas categorias

2.2.1 Principais conceitos

O reconhecimento de forma clara com relação à importância do capital intelectual para o negócio vem ocorrendo porque as fontes que propiciam a uma organização vantagens competitivas ao longo dos tempos têm mudado de forma significativa. De acordo com Santiago e Santiago Junior (2007, p.36), “o capital intelectual sempre existiu”. O que muda é a maneira como é explicito e colocado.

Geralmente as pessoas têm dificuldade para definir corretamente o capital intelectual e acabam confundindo, achando que se trata apenas do conhecimento adquirido pelas pessoas.

Capital intelectual pode ser conceituado segundo Brooking (1996, p.12-13) como:

Uma combinação de ativos intangíveis, frutos das mudanças nas áreas da tecnologia da informação, mídia e comunicação, que trazem benefícios intangíveis para as entidades e que capacitam o funcionamento das mesmas.

Além de tecnologia da informação e mídia, inclui tudo aquilo que a organização conhece e busca desenvolver para alavancar suas atividades, processos e competitividade.

Segundo Stewart (1998, p.60) define capital intelectual como “o conhecimento existente em uma organização e que pode ser usado para criar uma vantagem diferencial”. Esta definição apresenta a construção do capital intelectual e a função que o mesmo exerce na entidade e não o que ele é.

Na economia atual, o mercado revela que a distância entre o valor contábil das entidades e o que ele reconhece está cada vez maior.

Para Edvinsson e Malone (1998, p.19) o capital Intelectual “é um capital não financeiro que representa a lacuna oculta entre o valor de mercado e o valor contábil. Sendo, portanto, a soma do Capital Humano e do Capital Estrutural”.

O capital intelectual surge como uma alternativa para que as organizações possam fazer a diferença utilizando a experiência, informação e conhecimento para gerar competitividade e riqueza. Para Stewart (1998, p.13).

Capital intelectual é a soma dos conhecimentos de todos em uma empresa o que lhe proporciona vantagem competitiva. Ao contrário dos ativos, com os quais empresários e contadores estão familiarizados – propriedade, fábrica, equipamentos, dinheiro – constituem a matéria intelectual: conhecimento, informação, propriedade intelectual, experiência, que pode ser utilizada para gerar riqueza.

O capital intelectual representa a parte invisível e junto com a parte física ajudam a empresa a obter vantagens competitivas, esta união será fundamental para eficiência e eficácia da organização.

2.2.2 Suas Categorias

Para que exista o Capital Intelectual, ou seja, para que ele seja produzido precisasse de três fatores ocultos que os autores Edvinsson e Malone (1998, p.9) relacionam como: capital humano; capital estrutural e capital de cliente.

2.2.2.1 Capital humano

Na economia atual, com as inovações ultrapassadas cada vez mais rápidas o ser humano precisa de aperfeiçoamento constante para acompanhar essa evolução.

De acordo com Stewart (1998, p.83) “quando o principal executivo diz as pessoas são nosso ativo mais importante, ele está falando das pessoas que sabem como servir aos clientes de modo a proporcionar à empresa vantagens competitivas”.

O capital humano associado a pessoas possibilita habilidades para criação de produtos e serviços de qualidade, com o objetivo de conquistar clientes e deixá-los satisfeitos.

Straioto (2000, p.36) considera que o capital humano é um recurso empresarial e deve ser considerado um ativo, pois possui capacidade de gerar benefícios futuros para a empresa.

Nas empresas, as pessoas surgem como verdadeiros agentes, transformando as ações humanas em ativos, são através dessas ações e medidas eficientes que as empresas aumentam o seu capital humano.

A mensuração do capital humano não é uma tarefa fácil, envolve a comparação de diversos itens, como do nível de formação, a habilidade, a participação e a motivação do grupo humano.

Pacheco (1996, p.49) afirma que “o valor do indivíduo ou grupo é comumente definido como o valor presente dos serviços prestados à organização através da vida útil esperada do indivíduo ou grupo”. Contudo, atribuir um valor para um indivíduo ou um grupo de indivíduos não é uma tarefa fácil e sim, muito complexa. Na verdade, pode-se estimar o valor econômico do indivíduo para a empresa.

Reconhecer os recursos humanos é de grande importância para a competitividade das empresas, pois eles representam os principais responsáveis pelo desempenho e constituem vantagens competitivas num mercado cada vez mais rigoroso. Sendo um desafio para os profissionais contábeis, medir e demonstrar essas potencialidades nas demonstrações contábeis.

2.2.2.2 Capital estrutural

O capital estrutural inclui a infraestrutura que apoia o capital humano e o relacionamento com os clientes e a imagem da entidade perante o público. Segundo os autores Edvinsson e Malone (1998, p.9) o capital estrutural “inclui equipamentos de informática, softwares, banco de dados patentes, marcas registradas, tecnologias, estruturas e sistemas, rotinas e procedimentos operacionais” e tudo o mais que apoia a produtividade dos empregados.

Desta forma, o objetivo do Capital Estrutural é relacionar e apoiar as pessoas, as informações e os clientes à empresa.

Edvinsson (1997) propõe a seguinte divisão para o capital estrutural:

Capital organizacional: abrange o investimento da empresa em sistema, instrumentos e filosofia operacional que agilizam o fluxo de conhecimento pela organização, bem como em direção as áreas externas, como aquelas voltadas para os canais de suprimento e distribuição.

Capital de inovação: refere-se a capacidade de renovação e os resultados da inovação sob a forma de direitos comerciais amparadas por lei, propriedade intelectual e outros ativos e talentos intangíveis utilizados para criar e colocar rapidamente no mercado de novos produtos e serviços.

Capital de processos: são constituídos por aqueles processos, técnicos (como o ISO 9000) e programas direcionados aos empregados, que aumentam e ampliam a eficiência da produção ou a prestação de serviços. É o tipo de conhecimento pratico empregado na criação continua de valor.

2.2.2.3 Capital de clientes

Envolve o relacionamento com clientes e tudo o mais que agregue valor para os clientes da organização. A partir do momento que o capital intelectual é transformado em dinheiro surge o capital de cliente, e é de grande importância que exista uma gerência e acompanhamento desse capital.

Os investimentos relacionados a capital do cliente devem ser realizados com participação os clientes, ocasionando benefício para ambos no que se refere ao conhecimento e informação gerados.

Existem três tipos de clientes, segundo o mesmo Sveiby (1998).

- ✓ os que melhoram a imagem, no qual suas referências e seus depoimentos são muitos valiosos;
- ✓ os clientes que melhoram a organização, esses exigem soluções de ponta, melhorando a estrutura interna da empresa;
- ✓ os clientes que aumentam a competência, que contribuem com projetos que desafiam a competência dos funcionários, fazendo que os funcionários aprendam com eles.

Deve-se analisar alguns fatores para investir no capital de cliente, tais como: conjunto de relações que a organização mantém com seu exterior; a inovação com os clientes; a concentração com os clientes como indivíduos, atendendo às necessidades dos clientes individuais; dividir os ganhos com os clientes; conhecer o negócio do cliente para melhor servi-lo e tornar-se indispensável.

Oliveira (2002) relaciona algumas maneiras de investir no capital do cliente:

- Inove com os clientes: independente de quem seja o seu comprador, ele deseja obter o máximo do cliente dele. Os investimentos em pesquisa e desenvolvimento podem ser muito mais produtivos caso já se tenha um cliente capaz de se beneficiar pelo fato de ser o primeiro a experimentar a inovação.
- Torne-se indispensável: as informações sobre o cliente podem e devem ser utilizadas para que se busque ofertar um serviço vital para o cliente, de difícil substituição por outro fornecedor. Por meio de informações, é possível conhecer as características e especificidades de determinado produto que o tornam especialmente atraente aos olhos do comprador.

Clientes satisfeitos exibem pelo menos três características mensuráveis: lealdade, maior volume de negócios e resistência à influência. A organização avalia o entusiasmo do cliente na medida em que é possível estimar a ligação entre o aumento da satisfação do cliente e resultados financeiros.

A capacidade de produzir um serviço no qual haja a possibilidade de tornar um cliente fiel é de notória importância para configurar o processo de fidelização de uma parcela de clientes e com isso assegurar um nicho de mercado, pois promover esta fidelização é mais rentável para as empresas do que adquirir outras parcelas do mercado.

Percebe-se, a necessidade de administrar três fatores que interagem entre si: capital humano, estrutural e de clientes, para obter um capital intelectual bem articulado, que possa ser medido, de acordo com as características e particularidades de cada organização, para obtenção de resultados satisfatórios e contribuir com contabilidade, proporcionando uma visão mais moderna e atual do capital intelectual.

2.3 Como o capital intelectual está inserido na contabilidade?

2.3.1 Lei 11638\07

A Lei 11638/07, promulgada em 28 de dezembro de 2007, entrou em vigor em primeiro de janeiro de 2008 que altera e introduzem novos dispositivos a lei das sociedades por ações (lei nº 6404/76), cujo principal objetivo é a alteração das regras contábeis.

No ativo permanente, segundo o art. 178 da lei 11638/07 , após as alterações ficou dividido em investimento, imobilizado, intangível e ativo diferido. Onde a conta de bens intangíveis, que são bens que não possuem existência física representa uma aplicação de capital indispensável aos objetivos da empresa.

2.3.2 Ativos

Considerando o Ativo como a união de todos os bens e direitos de propriedade e controle da entidade, entende-se que qualquer item pertencente a esse grupo, segundo Iudícibus (1998, p. 41) devem atender aos seguintes requisitos:

- a) Constituir bem ou direito para a empresa;
- b) Ser de propriedade, posse ou controle de longo prazo da empresa;
- c) Ser mensurável monetariamente;
- d) Trazer benefícios presentes ou futuros.

Os recursos aplicados no Ativo Permanente, como o próprio nome sugere, estão todas as aplicações de recursos feitas pela empresa de forma permanente (fixa).

2.3.3 Ativos intangíveis

A partir da evolução da sociedade industrial para a sociedade do conhecimento, não se pode avaliar os resultados de uma organização apenas a seus ativos físicos, pois os ativos tangíveis não são os únicos responsáveis pela geração de resultados. Ao lado desses, o ativo intangível constitui-se um recurso importante a geração de valor nas organizações.

De acordo com Lei 11.638, art 179, de 28 de dezembro de 2007, ativo intangível são direitos que tenham por objeto bens incorpóreos destinados à manutenção da companhia ou exercidos com essa finalidade, inclusive o fundo de comércio adquirido.

De acordo com Cavalcanti e Zeppelini (2002, p.4), o termo intangível vem do latim *tangere* (ou tocar). Logo, os bens intangíveis são aqueles que não podem ser tocados ou vistos, porque são incorpóreos (não tem corpo). Portanto, o ativo intangível poderia ser definido, como aquele que possui valor econômico, mas depende de substância física.

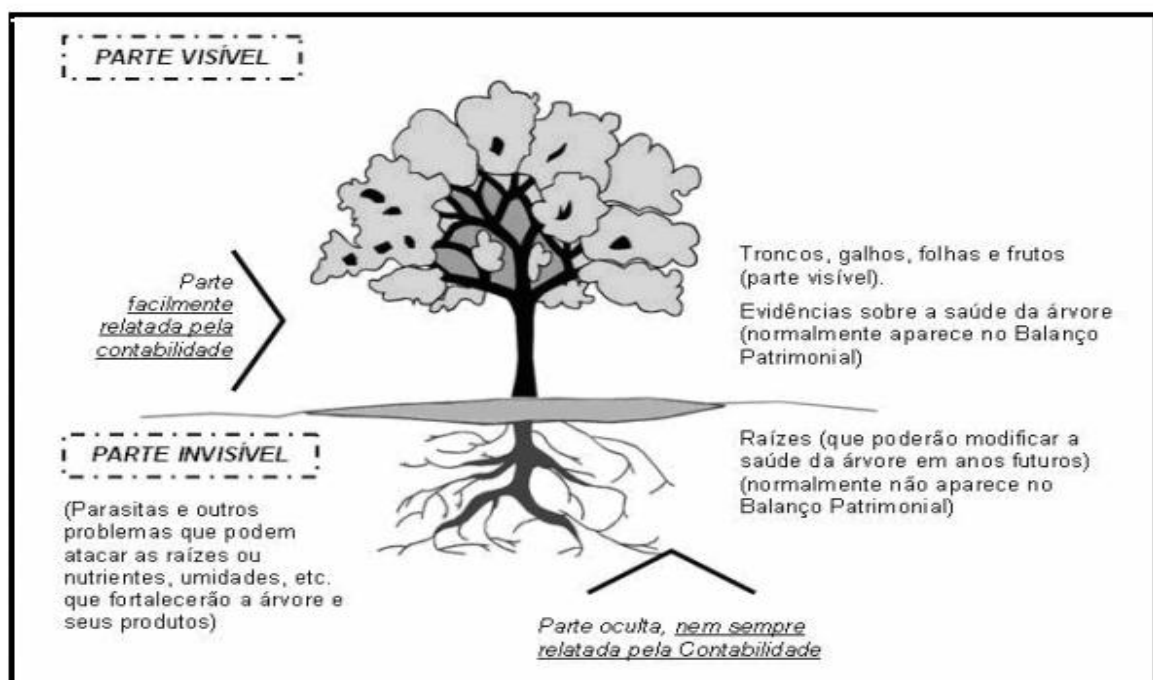
Uma maneira ilustrativa de se esboçar o conceito ou funcionamento de algo é através de figuras de linguagem. Dentro desta ideia, Edvinsson e Malone (1998, p.9-10), por meio de uma metáfora compara a organização como uma árvore.

As partes visíveis da árvore, tronco, galhos e folhas, representam a empresa conforme é conhecida pelo mercado e expressa pelo processo contábil. O fruto produzido por essa árvore representa os lucros e os produtos da empresa. As raízes, massa que está abaixo da superfície, representa o valor oculto. Para que a árvore floresça e produza bons frutos, ela precisa ser alimentada por raízes fortes e saudáveis.

A parte invisível, oculta da árvore que são as raízes, por onde passam os nutrientes que dão vida e sustentação a árvore, corresponde ao ativo intangível ou capital intelectual.

Figura 1: Árvore Intelectual de Edvinsson e Malone

Fonte: (EDVINSSON; MALONE, 1998, p. 9-10).



Outra maneira de destacar o conceito de capital intelectual é comparar a empresa como sendo o sistema nervoso e os fluxos de caixa como sendo sangue da empresa.

O Capital Intelectual não se insere nos modelos contábeis tradicionais, pois esse valores, dependem da análise dessas “raízes” e da mensuração dos fatores ocultos.

Muito se tem questionado a respeito da classificação do capital intelectual, mas, segundo autor acima ele é um ativo intangível, que gera benefícios para empresas.

2.4 O desafio de mensurar o capital intelectual

O grande desafio para a Contabilidade e seus pesquisadores é o de encontrar e criar formas de mensurar o valor agregado aos empreendimentos, evidenciando o que gestores e investidores necessitam conhecer.

Segundo Straioto (2000), o grande problema é o desafio para a contabilidade atualmente demonstrar a natureza dinâmica e intangível da criação de valor da empresa moderna.

Quando a empresa conhece seu capital intelectual, tem a oportunidade de identificar os recursos necessários em ativos intangíveis, quando não conhece, tornar-se difícil elaborar um planejamento estratégico não tendo a certeza do que dispõem.

Na economia atual, é cada vez mais importante que as organizações passem a utilizar novas formas de atuação, no intuito de alcançar boa posição no mercado. Muito se tem discutido no meio empresarial sobre a importância das pessoas nas organizações e como contabiliza-las.

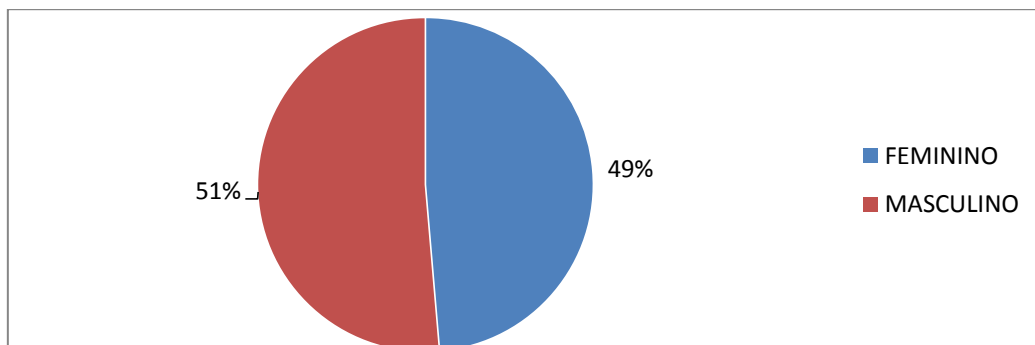
A contabilidade e seus profissionais devem estar preparados as transformações sociais e tecnológicas. O profissional contábil precisa estar atento as mudanças, preparando-se para o novo, pois não são mais meros registradores dos fatos que afetam o patrimônio das entidades, mas transmissores e intérpretes da sua realidade patrimonial.

2 METODOLOGIA

Para reforçar a fundamentação a pesquisa foi baseada em levantamentos bibliográficos. Quanto a forma de amostragem é quantitativa. Foram utilizados livros, artigos científicos e site da internet, os quais ajudaram na elaboração e entendimento o tema abordado. Para as técnicas de investigação utilizou-se o método do questionário, que segundo Barros e Lehfeld (2007, P.106) “é o instrumento mais usado para o levantamento de informações”. O questionário contou com a participação de uma população 37 colaboradores de quatro agências do banco Santander, Campina Grande- PB.

3 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

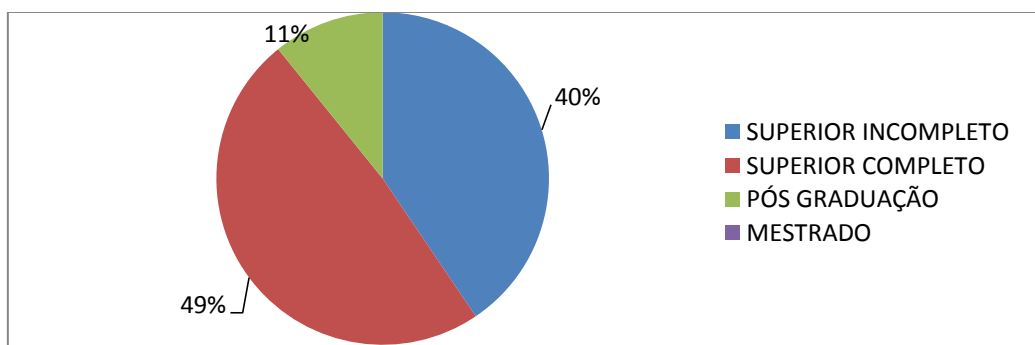
Gráfico 1- Gênero



Fonte: Elaboração Própria (2012)

Pode-se observar que, do total dos entrevistados, 49% dos colaboradores são do gênero feminino e 51% são do gênero masculino.

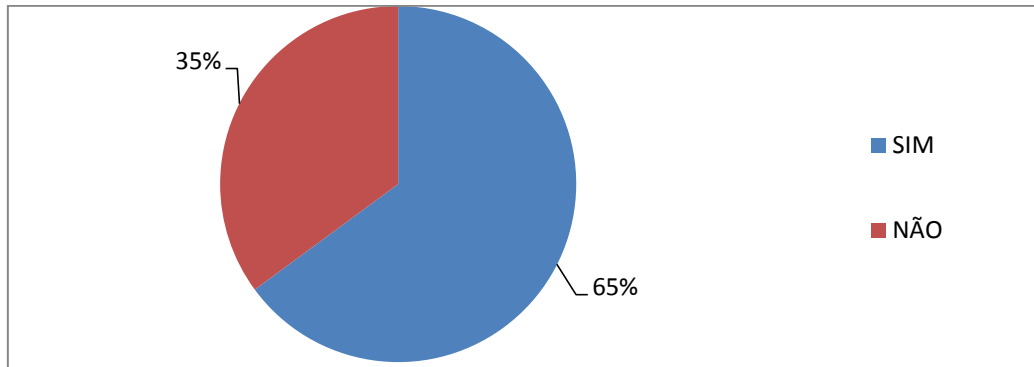
Gráfico 2- Nível de escolaridade



Fonte: Elaboração Própria (2012)

As respostas mostram em relação ao nível de escolaridade, 40% dos entrevistados possuem o superior incompleto, 49% responderam que possuem superior completo, 11% responderam que possuem pós-graduação e nenhum possui mestrado.

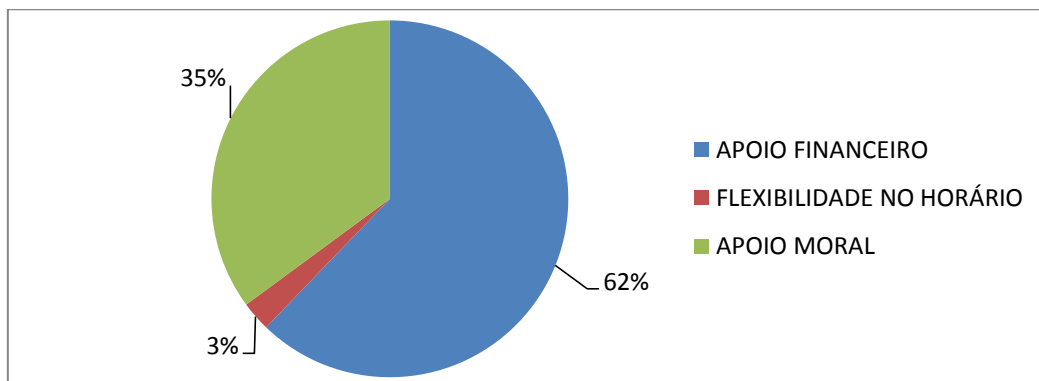
Gráfico 3- Termo Capital Intelectual



Fonte: Elaboração Própria (2012)

Dos 100% dos entrevistados, 65% dos colaboradores responderam que conheciam o termo capital intelectual, 35% responderam que não conheciam o termo capital intelectual.

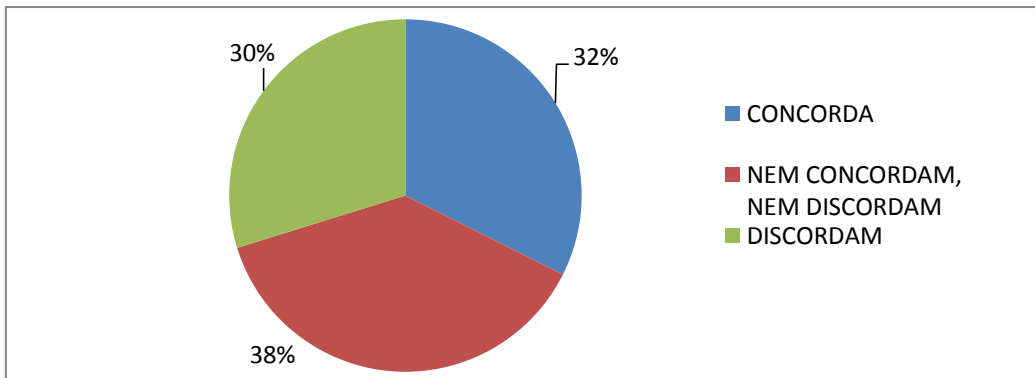
Gráfico 4- Incentivo que a organização proporciona aos colaboradores em relação aos estudos.



Fonte: Elaboração Própria (2012)

Pode-se observar que, 62% dos colaboradores responderam que a organização proporciona como incentivo, o apoio financeiro, 3% responderam que recebem como incentivo a flexibilidade no horário, e 35% responderam que recebem apoio moral.

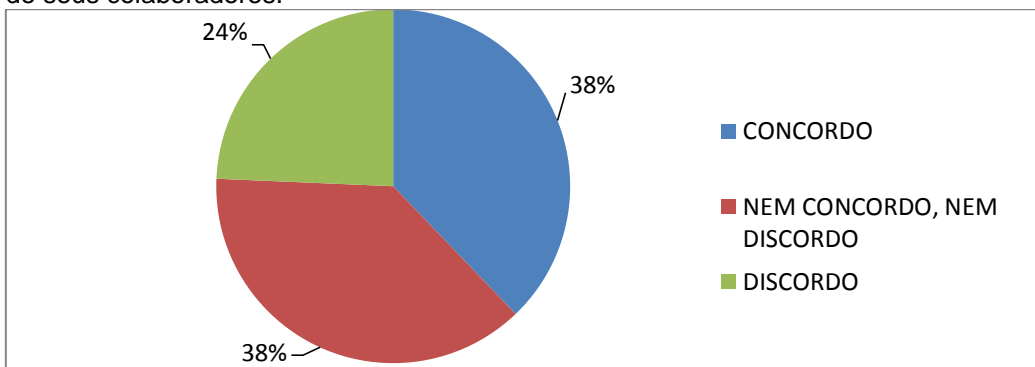
Gráfico 5- A organização oferece igualdade de oportunidade nos processos de promoção e crescimento profissional.



Fonte: Elaboração Própria (2012)

Dos 100% dos entrevistados, 32% concordam que a organização oferece igualdade de oportunidade nos processos de promoção e crescimento profissional, 38% nem concordam, nem discordam e 30% discordam.

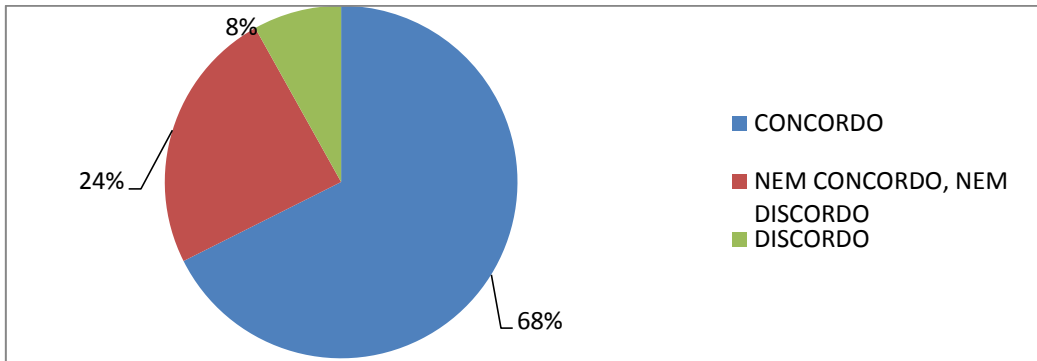
Gráfico 6-Reconhecimento da organização quanto aos esforços individuais e capacidade intelectual de seus colaboradores.



Fonte: Elaboração Própria (2012)

As respostas mostram que, 38% concordam que a organização reconhece os esforços individuais e capacidade intelectual de seus colaboradores, 38% nem concordam, nem discordam, 24% discordam que a organização reconhece os esforços individuais e capacidade intelectual de seus colaboradores.

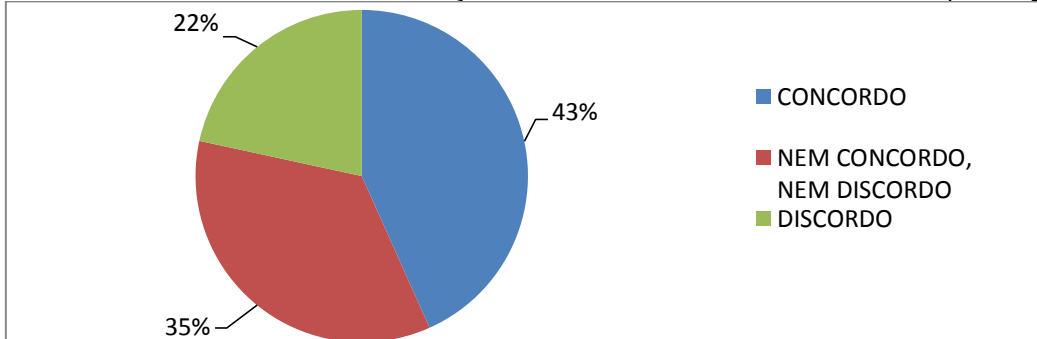
Gráfico 7- A organização proporciona mecanismo de consulta e diálogo entre colaboradores e gestores.



Fonte: Elaboração Própria (2012)

Pode-se observar que, 68% responderam que concordam que a organização proporciona mecanismo de consulta e diálogo entre colaboradores e gestores, 24% nem concordam, nem discordam, e 8% discordam que a organização proporciona mecanismo de consulta e diálogo entre colaboradores e gestores.

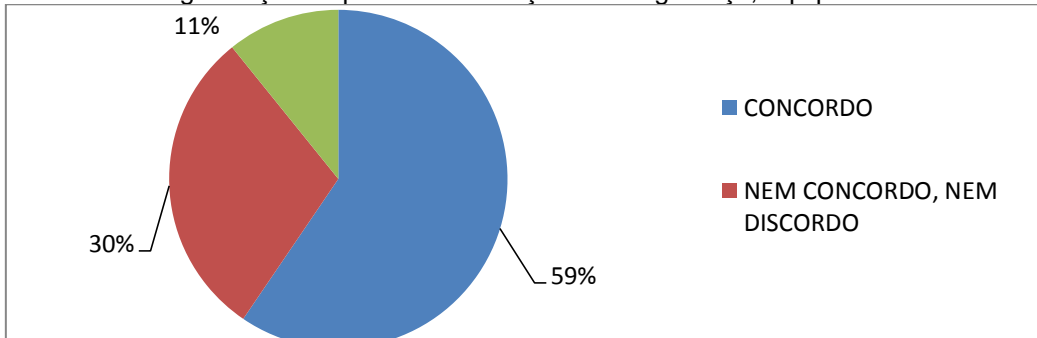
Gráfico 8-O bem estar social e motivação dos colaboradores são considerados pela organização.



Fonte: Elaboração Própria (2012)

Dos 100%, 43% concordam que a organização considera o bem estar social e motivação dos colaboradores, 35% nem concordam, nem discordam, 22% discordam que a organização considera o bem estar social e motivação.

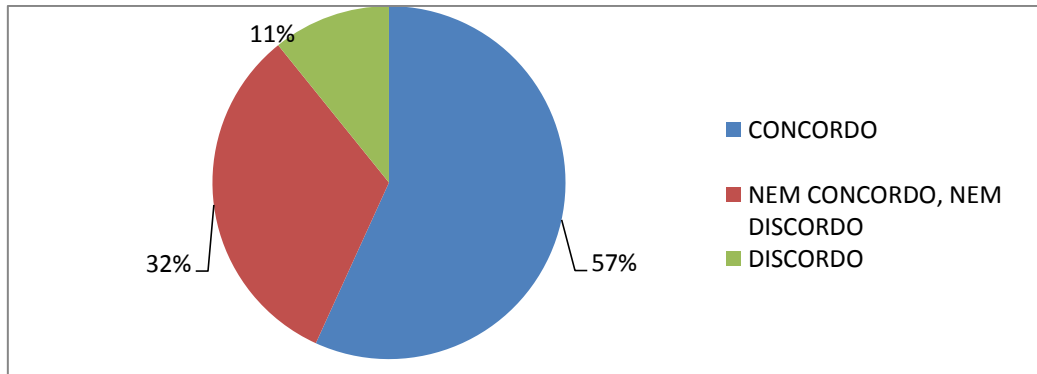
Gráfico 9- A organização disponibiliza condições de segurança, equipamento e estrutura.



Fonte: Elaboração Própria (2012)

De acordo com o gráfico acima, 59% dos colaboradores concordam que a organização disponibiliza condições de segurança, equipamento e estrutura, 30% nem concordam, nem discordam, e 11% discordam que a organização disponibiliza condições de segurança, equipamento e estrutura.

Gráfico 10- A organização atende as necessidades dos seus clientes.
Fonte: Elaboração Própria (2012)



As respostas mostram que, 57% concordam que a organização atende as necessidades dos seus clientes, 32% nem concordam, nem discordam, e 11% discordam que a organização atende as necessidades dos seus clientes.

Percepção positiva

- * 65% dos colaboradores conhece o termo capital intelectual;
- * 62% afirma que organização proporciona incentivo financeiro;
- * 68% dos colaboradores diz que a organização proporciona mecanismo de consulta e dialogo entre colaboradores e gestores;
- * 43% concordam que o bem estar e a motivação são considerados pela organização;
- * 59% dos colaboradores concordam que a organização disponibiliza de condições de segurança, equipamento e segurança;
- * 57% concordam que a organização atende as necessidades dos clientes.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Nas últimas décadas comenta-se bastante a respeito do ativo intangível e das dificuldades que os pesquisadores e estudiosos têm a respeito de encontrar maneiras de contabilizar o conhecimento e o capital intelectual como o todo. Percebe-se que as formas de gestão empresarial vêm sendo aprimoradas, se faz necessário que os líderes organizacionais denotem mais atenção aos seus ativos intangíveis e a gestão do capital intelectual.

As empresas precisam adequar-se às mudanças e buscar formas de entender a evolução do indivíduo e tudo que ele é capaz de realizar, como vantagens competitivas que o mesmo agrega dentro das empresas.

O indivíduo está sendo incorporado aos poucos as novas dinâmicas de gestão empresarial como sendo parte integrante do capital destas organizações, e muitos líderes organizacionais já o insere numa perspectiva voltada a era do conhecimento, onde máquinas, insumos de produção e ativos intangíveis são reunidos na busca de se atingir objetivos empresariais, onde são alcançadas em consonância com o conhecimento humano.

A análise feita a partir dos dados coletados aponta que o objetivo geral, (identificar como o capital intelectual influencia o desenvolvimento financeiro das organizações) foi atingindo, que o termo “capital intelectual” não é algo estranho aos colaboradores da entidade pesquisada, ainda indica de forma positiva, que existe um incentivo financeiro no que diz respeito à capacitação dos mesmos e um bom controle no que tange à integridade física dos colaboradores, dando-lhes condições de segurança adequadas à suas funções. Demonstra que existe um diálogo entre colaboradores e gestores, gerando assim, um maior nível de satisfação e bem-estar entre ambos, fato este, que repercute também na satisfação em melhor enxergar as necessidades dos clientes.

Através deste trabalho, percebe-se a importância de construir e adotar uma metodologia para mensurar, em conjunto, itens tangíveis e intangíveis, e avaliar a empresa como um todo, pois, é de grande relevância que as organizações com base nas suas crenças e valores, utilizem-se, de métodos de avaliação para reconhecer o capital intelectual. Recomenda-se que toda empresa busque demonstrar, mesmo que não seja em termos financeiros, o potencial de benefícios futuros que foi gerado

para a empresa através do uso da força e conhecimento dos seus colaboradores, parte integrante do seu capital intelectual.

ABSTRACT

Currently, much has been talked and asked about the existence of intangible assets and how valuable the intellectual capacity of the human being in proportion to its wealth generated in organizations. This article talks about the intellectual capital and how it influences the development of financial organizations. Sticking to present the main concepts behind the subject and point their intellectual capital through categories of human capital, structural and customer. Highlights the influence of the new era of knowledge in organizations today and how the intellectual capital is housed in accounting, resulting in the need to create statements that can record values companies closer to reality, highlighting the treasure that is as valuable knowledge of people. Furthermore, the article presents an analysis of data collected through a questionnaire, sent to the organizational environment with the purpose of collecting the level of intellectual capital in the bank Santander through their employees.

Keywords: Intellectual Capital. Knowledge. Organization.

REFERÊNCIAS

- BARROS, Aidil Jesus da Silveira; LEHFELD, Neide Aparecida de Souza. Fundamentos de metodologia científica - 3.ed.- São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
- BROOKING, Annie. **Intellectual Capital: Core Asset for the Trind Millennium Enterprise**. Boston: Thomson Publishing Inc., 1996. <http://www.fae.edu/publicacoes/pdf/revista_da_fae/fae_v6_n1/02_rodney.pdf > acesso em 01 set. 2012.
- CALVACANTE, Francisco; ZEPPELINI, Paulo Dragaud. O que é Ativo Intangível?. Express Training Biblioteca Virtual. Disponível em: <<http://dvl.ccn.ufsc.br/congresso/anais/3CCF/20090719230602.pdf>> Acesso em 16 out. 2012.
- CRAWFORD, Richard. Na era do capital humano. 1. ed. São Paulo: Atlas, 1994.
- EDVINSSON, L. MALONE, L. S. **Capital Intelectual**. Trad. Roberto Calmon. São Paulo: Makron Books, 1998.
- EDWINSSON, L. O **capital intelectual** como instrumento de gestão. Administração e finanças. Case Studies – Skandia. Insight. jul/ago. 1997.<<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/25793/000751211.pdf?sequence=1>> acesso em 16 jul. 2012.
- Lei nº 11638, de 28 de dezembro de 2007, acessado em 16 de setembro de 2012. <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2007/lei/11638.htm > acesso em 15 jul. 2012>
- OLIVEIRA, F. M. G. SILVA, Mariana Maciel da. **Capital intelectual**. <<http://www.dep.ufscar.br/pet/kintelec.htm> > Acesso em: 02 jul.2002.
- PACHECO, Vicente. **Uma contribuição ao estudo da contabilidade de recursos humanos e seu poder de informação**. Dissertação de Mestrado. São Paulo, FEA/USP, 1996
- PAIVA, Simone Bastos. O capital intelectual e a contabilidade: o grande desafio no alvorecer do 3º milênio. **Revista Brasileira de Contabilidade**. Brasília, ano 28, n. 117, p. 76-82, maio/jun. 1999.
- SANTIAGO JUNIOR, José Renato Sátiro; SANTIAGO, José Renato Sátiro. **Capital Intelectual: O Grande Desafio das Organizações**. São Paulo: Novatec, 2007.
- STEWART, Tomas A. **Capital intelectual: a nova vantagem competitiva das empresas**. Rio de Janeiro: Campus, 1998.
- STRAIOTO, Dilza Maria Goulart. A contabilidade e os ativos que agregam vantagens superiores e sustentáveis de competitividade – o capital intelectual. 2000.

Revista Brasileira de Contabilidade, Brasília, ano 29, n. 124, p. 33-42, jul./ago. 2000 <<http://w3.ufsm.br/revistacontabeis/anterior/artigos/vln02/a07vln02.pdf>> acesso em 16 de out 2012.

SVEIBY, K. E. **A nova riqueza das organizações**: gerenciando e avaliando patrimônio de conhecimento. 5ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 1998. Disponível em <<http://www.gestiopolis.com/recursos3/docs/ger/capintel.htm>> acesso em 25 de ago de 2012.

VALENTIM, M. L. P. **Gestão da informação e do conhecimento no âmbito da Ciência da Informação**. São Paulo: Polis; Cultura Acadêmica, 2008. 272p.