



ATIVO INTANGÍVEL COM FOCO NO CAPITAL INTELECTUAL

Dhienifer Alana Ferreira da Silva¹
Michelle Freitas²
Antionelle Pagnussat³

RESUMO

O artigo possui como objetivo principal identificar na literatura como os ativos intangíveis, especificadamente o capital intelectual, pode ser relevante para o sucesso dos resultados da organização. O tema foi escolhido com o intuito de demonstrar como o capital intelectual é essencial na atualidade para manter as empresas com foco no resultado e alcançar o sucesso. O principal método de pesquisa utilizado para estruturação do trabalho foram pesquisas bibliográficas em fontes de pesquisas confiáveis como *Spell*, *Scielo* e Google Acadêmico utilizando pesquisas qualitativas em artigos científicos avaliados dos níveis A2 ao B3 e entre os anos 2000 até o ano atual. Durante a pesquisa observou-se como o capital intelectual pode influenciar de maneira significativa nas organizações, sendo possível mensurador agregando valor para os seus resultados. O conhecimento de maneira geral é um dos principais ativos das organizações sendo de certa forma o principal meio de criatividade e inovação na busca de resultados.

Palavras-chaves: Ativos intangíveis; Capital intelectual; Organização.

ABSTRACT

The article aims to identify in the literature how intangible assets, specifically intellectual capital, can be relevant to the success of the organization's results. The theme was chosen in order to demonstrate how intellectual capital is now essential to keep companies focused on results and achieve success. The main research method used for structuring the work was bibliographic research in reliable research sources such as *Spell*, *Scielo* and Google Scholar using qualitative research in scientific articles evaluated from levels A2 to B3 and from the years 2000 to the current year. During the research, it was observed how the intellectual capital can influence in a significant way in the organizations, being possible measurer adding value for its results. Knowledge in general is one of the main assets of organizations and is in some ways the main means of creativity and innovation in the search for results.

Key-words: Intangible assets; Intellectual capital; Organization.

¹ Graduanda em Bacharelado em Administração pela Faculdade Vale do Juruena – AJES. Brasil. E-mail: dhieniferalana@gmail.com

² Michelle Freitas. Bacharel em Administração. Especialista em Marketing Empresarial. Professora dos cursos de Ciências Contábeis e Administração da Faculdade do Vale do Juruena – AJES. Juína-MT – Brasil. E-mail: Michelle.fts@hotmail.com

³ Graduada em Ciências Contábeis pela Universidade do Estado de Mato Grosso – UNEMAT, Especialista em Auditoria e Finanças pela Faculdade do Vale do Juruena – AJES, Mestra em Contabilidade Gerencial pela FUCAPE Business School. Professora do curso de Ciências Contábeis da Faculdade do Vale do Juruena – AJES. Email antionelle.pagnussat@gmail.com

INTRODUÇÃO

Diante de diversas mudanças que a sociedade atual vem passando com grandes avanços tecnológicos como na informática e nas telecomunicações, as empresas estão sendo obrigadas a se adaptarem a esse novo universo. As condições do desenvolvimento empresarial marcado por novos desafios imposto pela globalização, levaram muitas empresas ao fracasso. Isso por contarem apenas com elementos tradicionais como recursos tangíveis, bem como recursos financeiros, recursos físicos e dentre outros. Com isso, pode se identificar a importância dos ativos intangíveis para as entidades, que trazem inovação e aderem maior valor para as organizações. (VOLKOV e GARANINA, 2008).

Os ativos são considerado um recurso controlado pela entidade, como resultado de eventos passados para gerarem benefícios futuros, sendo classificados em dois grupos: tangível e intangível. O primeiro está associado a recursos físicos, e o segundo não possuem representações físicas, havendo diferença apenas nas peculiaridades concernentes a cada um deles e o seu potencial na geração de benefícios econômicos líquidos. (MOURA e RÊGO, 2014).

Os ativos intangíveis passaram a estar presente em todos os aspectos que envolvam economia e organização, que vem se alastrando em seus meios, e com isso as entidades não podem afirmar que seus resultados são somente de ativos tangíveis. Nesse novo cenário as empresas estão cada vez mais investindo nesses ativos para o alcance de bons resultados. (BRANT, MACHAIEWSKI e GEIB, 2018).

Dentro dos ativos intangíveis o mais relevante é o capital intelectual, que está se tornando um dos assuntos mais pertinentes dentro do ambiente organizacional, levando uma busca persistente pelo diferencial competitivo em um mercado extremamente acelerado e globalizado. As empresas que buscam o capital intelectual mostram-se capazes de perceber e desenvolver o aprendizado como uma forma de recursos estratégicos para se tornar firme no mercado competitivo. (POSPICHIL, *et al*, 2018).

Segundo Brant, Machaiewski e Geib:

O capital intelectual são todas as pessoas dentro de uma empresa, que devem ser mantidas e valorizadas para representarem um diferencial competitivo. Atualmente ele é tão importante como a terra e o trabalho físico, pois é um ativo em forma de conhecimento. (BRANT, MACHAIEWSKI e GEIB, p. 257, 2018)

Na abordagem histórica o capital intelectual referia se a uma forma de mensuração dos recursos intangíveis de uma organização, que surgiu uma necessidade em conhecer o que a contabilidade não conseguia alcançar quanto a mensuração de valor, por exemplo, o próprio

conhecimento humano. Entretanto, atualmente, na visão estratégica, o capital intelectual está relacionado a sustentação do estoque de conhecimento de uma empresa, bem como sua ampliação, contribuindo para o diferencial da organização. (ENGELMAN *et al.*, 2017; SUBRANIAM e YOUNDT, 2005; AHUJA, 2000; DAVENPORT e PRUSAK, 2003)

As organizações que decidem investir no conhecimento, fortalecendo seu capital intelectual são consideradas mais inovadoras e predispostas a atingir melhores resultados, com isso o valor do capital intelectual consiste na utilização de meios para monitorar, coletar, analisar, promover, explicar e apresentar dimensão intelectual da organização com clareza, utilizando-o para melhoria e criação dos processos e produtos de uma entidade (JARDON e MARTOS, 2009; FIGUEIREDO, 2005).

A metodologia empregada nesta pesquisa é composta por pesquisas bibliográficas em artigos científicos retirados nas bases de pesquisas confiáveis como SPELL (Scientific Periodicals Electronic Library), SCIELO (Scientific Electronic Library Online) e Google acadêmico, utilizando como filtro de pesquisa artigos publicados em revistas conceituadas com grau de avaliação de A2 à B3 e entre os anos 2000 até a ano atual, sendo caracterizada como uma pesquisa qualitativa.

O artigo tem como objetivo demonstrar a importância que o capital intelectual exerce dentro das organizações, trazendo mais resultados com sua mensuração e ampliando a visão sistêmica da entidade, trazendo uma melhor competitividade do mercado e criando melhores planos estratégicos para alcançar seus objetivos.

1. REFERENCIAL TEÓRICO

1.1. Ativo intangível

Segundo a CPC 04 o ativo é um recurso controlado pela entidade com resultados de eventos passados, do qual se esperem que resultem em benefícios futuros, onde é dado o valor contábil que é o valor pelo qual um ativo é reconhecido no balanço patrimonial após a dedução e amortização acumulada e da perda por desvalorização. (CPC 04, 2013).

O valor de mercado somado atualmente não pode se basear somente no ativo tangível, pois parte de seu valor é mensurado pelos ativos intangíveis, como as marcas, patentes, pesquisa e desenvolvimento, direitos autorais, o capital intelectual, entre vários outros que não podem ser palpáveis. (TEIXEIRA, PETRI e MARQUES, 2012).

Para compreender melhor sobre o ativo intangível, é necessário conceitua-lo, portanto, para Hendriksen *apud* Monteiro, os ativos intangíveis surgem com a aquisição de direitos e

serviços. Esses ativos são diretos ou recursos incorpóreos, ou seja, não palpáveis que se presume representar uma vantagem para posição da sociedade no mercado competitivo, gerando benefícios econômicos para as organizações. (MONTEIRO, 1999).

Peres e Fama (2004, *apud* Filho, *et al*, 2014) caracterizam os ativos intangíveis como uma natureza permanente, sem possuir forma física e que possam ser mensuradas para gerar benefícios futuros as organizações, adicionando valor ao capital das entidades. Para as empresas seu valor é o resultado da soma dos ativos tangíveis e intangíveis, o segundo em particular, vem tomando espaço de maneira significativa na criação desse valor, adicionando benefícios futuros. (FILHO, *et al* 2014).

Para Monteiro (1999) o ativo intangível para ser reconhecido deve possuir as mesmas qualidades do ativo tangível, como corresponder a uma definição apropriada, ser mensurável, ou seja, agregar valor, ser relevante e preciso. (MONTEIRO, 1999).

A ciência contábil admite dois tipos de ativos intangível, os identificáveis e os não identificáveis. Os identificáveis tornam-se os que estejam associados com uma descrição objetiva, ao contrário dos não identificáveis, onde indica especificamente que não é possível definir com clareza a sua origem. (MONTEIRO, 1999).

Com sua aparição no mercado, os ativos intangíveis começaram a ganhar maior relevância no qual foram identificados seus pós e contas. As correntes a favor desses ativos identificam que as empresas estão sendo vendidas cada vez menos pelos ativos tangíveis tendo maior valor nos ativos intangíveis, assim como o acompanhamento dos valores contabilizados orienta e justifica os investimentos de longo prazo. As correntes contra os ativos intangíveis, mostra que, por princípio o custo corrigido histórico é a base de valor para relatórios financeiros e contábeis, mostrando que os balanços não tem a função de medir os valores, mas sim o mercado. (MONTEIRO, 1999).

1.2. Capital intelectual

Historicamente o conceito de capital intelectual refere-se à mensuração dos recursos intangíveis da organização, surgindo a necessidade de esclarecer o que a contabilidade não consegue alcançar na criação de valor. Na atualidade, no ponto de vista estratégico, o capital intelectual é relacionado como uma forma de estoque do conhecimento humano dentro da entidade, se tornando um principal recurso na criação e inovação da empresa. (ENGELMAN *et al.*, 2017; SUBRAMIAM e YOUNDT, 2005; AHUJA, 2000; DAVENPORT e PRUSAK, 2003).

Hoje as demandas tecnológicas e de inovação vem se apropriando do mercado global, os indivíduos e as organizações transitam em um ambiente constate na busca por informação, onde o conhecimento se tornou o capital de uma economia desenvolvida, mostrando que o mesmo supera a informação da mesma maneira que ela supera os dados, com isso as entidades tem a necessidade de adquirir cada vez mais o conhecimento a aprender a lidar com diferentes cargas de informações. (POSPICHIL, *et al*, 2018).

Durante o processo de construção do conhecimento as organizações tem a função de promover o contexto apropriado para facilitar as atividades de criação do conhecimento, afim de adicionar aos ativos intangíveis da empresa. Para isso, os fatores da cultura organizacional contribuem na capacidade que uma empresa tem para conduzir a gestão do conhecimento. (POSPICHIL, *et al*, 2018).

O capital intelectual incide na junção de todo e qualquer conhecimento útil de uma determinada empresa, considerado um dos recursos mais importantes para desenvolver uma melhor vantagem competitiva dentro de uma organização. (SUBRANIAM e YOUNDT, 2005, AHUJA, 2000).

Brooking (1996, *apud* Manganeli, Tinoco e Ott, 2016) exhibe um conceito para capital intelectual como um conjunto de ativos intangíveis, consequente das mudanças nas áreas de comunicação, mídia e tecnologia da informação, as quais trazem benefícios considerados intangíveis para as empresas, viabilizando seu funcionamento e consequentemente oportunizando as vantagens competitivas nas organizações. (MANGANELI, TINOCO e OTT, 2016).

Os ativos intangíveis passaram a estar presente em todos os setores da economia, e devido a isso as organizações não podem apenas concluir que os resultados das empresas sejam somente provenientes dos ativos tangíveis, pois eles não são os únicos que podem gerar os resultados das entidades. Nesse novo cenário que se encontra a economia, os ativos intangíveis tem grande importância para a obtenção de resultados. (BRANT, MACHAIEWSKI e GEIB, 2018).

De acordo com Iudícibus *et al*. (2009, *apud*, Brant, Machaiwski e Geib, 2018), os ativos intangíveis são considerados não concretos e sim procedentes da inteligência humana, como por exemplo, *goodwill*, gastos de organizações, marcas e patentes, certos investimentos de longo prazo, direitos de autoria, franquias, custos de desenvolvimentos de *softwares*.

Mensurar os ativos intangíveis não é uma tarefa fácil, nota-se um fator comum em relação a esses ativos é um grau de incerteza consistente de avaliação dos resultados desejados para o futuro. (BRANT, MACHAIEWSKI e GEIB, 2018). Segundo Antunes (2008,

apud, Brant, Machaiwski e Geib, 2018) apesar de verificar a necessidade de reconhecimento de expandir o desempenho futuro do empreendimento, os empreendedores só medem esses ativos no momento que as organizações são submetidas a avaliação para fins de comercialização.

Na era do conhecimento, os ativos intangíveis se cobrem de grande relevância e podem adicionar uma parcela expressiva de valor as organizações, no entanto, a correta identificação, o reconhecimento e a mensuração deste elemento são considerados complexos. (BRANT, MACHAIEWSKI e GEIB, 2018).

Capital intelectual pode ser definido como a combinação de ativos intangíveis resultantes das mudanças nas áreas da tecnologia da informação, da mídia e da comunicação, os quais trazem benefícios de forma intangíveis para as organizações viabilizando seu funcionamento de maneira mais inovadora e por consequência trazendo oportunidades no mercado competitivo. (MANGANIELI, TINOCO e OTT, 2016).

Além das várias terminologias associadas ao capital intelectual, existem taxonomias que se refere ao estudo científico responsável por determinar a classificação sistemática de diferentes coisas em categorias e abordagens propostas por autores, conforme o Quadro 1.

Figura 1 - Taxonomias e Abordagens do Capital Intelectual

Autores	Taxonomias e Abordagens
Brooking (1996)	Ativos de mercado, ativos humanos, ativos de propriedade intelectual e ativos de infraestrutura.
Tinoco (1996)	Indicadores de produção, de valor adicionado, de qualidade, de rentabilidade e de recursos humanos.
Sveiby (1998)	Estrutura externa (marcas, marcas registradas, relações com clientes e fornecedores e imagem da empresa); Estrutura interna (estrutura organizacional, gerencial, legal, sistemas, P&D e <i>softwares</i>); Competência dos empregados (habilidades para atuar em diversas circunstâncias, criando ativos tangíveis e intangíveis).
Edvinsson e Malone (1998)	Capital humano; capital estrutural e capital de clientes.
Stewart (1998)	Talento dos funcionários; qualidade dos sistemas gerenciais e relacionamentos com os clientes.
Lev (2001)	Inovação; desenhos organizacionais e recursos humanos.
Jóia (2001)	Capital humano; capital de processos (processos internos e externos da empresa e entre ela e seus parceiros); e capital de relacionamento.
Kayo (2002)	Ativos humanos; ativos de inovação (pesquisa e desenvolvimento, patentes, fórmulas secretas, <i>know-how</i> tecnológico); ativos estruturais; e ativos de relacionamento (marcas, logos, <i>trademarks</i> , direitos autorais).
Marr e Roos (2005)	Perspectiva contábil; de evidenciação; econômica; estratégica; financeira; de marketing; de recursos humanos; de sistemas de informação; legal; e de propriedade intelectual.
Macagnan (2007)	Indicadores de capital humano; capital estrutural tecnológico; capital estrutural organizativo; capital relacional do negócio; e capital relacional social.

Fonte: Manganeli, Tinoco e Ott, 2016.

O capital intelectual tem uma estrutura composta por três componentes básicos, como o capital humano, tendo enfoque nas competências dos colaboradores; o capital estrutural, a estrutura interna da organização e o capital relacional. (POSPICHIL, *et al*, 2018).

No capital humano, podem ser considerados todas contribuições e resultados gerados por indivíduos presentes dentro da organização. Isso ocorre por meio de suas competências, ou seja, resultados oriundos de seus conhecimentos, habilidades e atitudes. O ser humano pode ser considerado como capital dentro da organização, acrescentando valor e prestígio dentro da entidade, pois cada indivíduo possui habilidades e competências diferentes, que quando desenvolvidas em conjunto contribui de maneira significativa para o crescimento da empresa.

Figura 2 - Indicadores do capital humano:

Elementos	Indicadores	Referências
Conhecimentos	Funcionários conhecem e compreendem os produtos e processos de trabalho da empresa. (CH1). Funcionários tem conhecimento para realizar seu trabalho adequadamente influenciando no resultado da empresa (CH2).	Costa, Fernández-Jardón e Figueroa Dorrego (2014) e Delgado-Verde <i>et al</i> (2016).
Habilidades	Funcionários têm habilidades amplamente qualificadas (CH3). Funcionários têm habilidades a nível individual específicas para o cargo exercido (CH4).	Delgado-Verde <i>et al</i> (2016), Engelman (2016), Engelman <i>et al.</i> (2017)
Atitudes	Funcionários demonstram interesse e desenvolvem novas ideias e conhecimento (CH5). Funcionários frequentemente desenvolvem trabalho em equipe (CH6). Funcionários cooperam e compartilham o conhecimento com o coletivo (CH7).	Costa, Fernández-Jardón e Figueroa Dorrego (2014), Delgado-Verde <i>et al</i> (2016), Engelman (2016), Engelman <i>et al.</i> (2017)

Fonte: POSPICHIL, *et al*, 2018.

O capital estrutural é enxergado como a estrutura da entidade e envolve a base de apoio da organizacional, dentro dos demais elementos, este é o que efetivamente se constitui como propriedade da empresa. O capital estrutural é considerado como a infraestrutura que apoia o capital humano, ele abrange sistemas que são uma forma de armazenar todo o conhecimento intelectual, como um banco de dados. (POSPICHIL, *et al*, 2018.)

Figura 3 - Elementos indicadores do capital estrutural:

Elementos	Indicadores	Referências
Estrutura interna	As tecnologias utilizadas pela empresa na rotina de trabalho são uteis para o acúmulo de conhecimento (CE1). Há sistemas de dados que facilitam a execução do trabalho (CE2).	Delgado-Verde <i>et al</i> (2016) e Costa, Fernández-Jardón, Figueroa Dorrego (2014)
Capital organizacional	Funcionários identificam-se com a estratégia da empresa (CE3). A maior parte dos conhecimentos da empresa encontra-se em manuais, base de dados, entre outros (CE4). A cultura da nossa empresa (histórias, rituais) tem ideias valiosas, formas de fazer negócio, entre outros (CE5).	Coser (2012), Engelman <i>et al.</i> (2017) e Engelman (2016).

Fonte: POSPICHIL, *et al*, 2018.

O capital relacional pode ser entendido como os vínculos de relacionamentos dentro das entidades, compreendendo o valor desses relacionamentos com as pessoas que fazem negócios, como a conexão entre empresas, clientes e fornecedores que dão valor através da fidelidade, qualidade, velocidade e mercados melhorados. (POSPICHIL, *et al*, 2018.)

Figura 4 - Elementos indicadores do capital relacional:

Elementos	Indicadores	Referências
Relações verticais	A empresa busca identificar e estabelecer um relacionamento de lealdade com seus clientes (CR1). A empresa busca trabalhar considerando a necessidade do cliente (CR2). A empresa possui parcerias estabelecidas com seus fornecedores (CR3).	Costa, Fernández-Jardón e Figueroa Dorrego (2014), Engelman <i>et al.</i> (2017), Engelman (2016) e Delgado-Verde <i>et al.</i> (2016).
Relações horizontais	Existem relações positivas com parceiros e concorrentes para troca de informações convenientes (CR4). A empresa possui uma boa reputação no meio inserido (CR5).	Delgado-Verde <i>et al.</i> (2016) e Costa, Fernández-Jardón e Figueroa Dorrego (2014).

Fonte: POSPICHIL, *et al.*, 2018.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

O ativo intangível é algo novo no meio das organizações, antes as entidades focava mais nos ativos tangíveis para buscar resultados e maior geração de lucro, entretanto com o passar dos anos percebeu-se a importância dos intangíveis observando que o capital humano não é apenas a fora operacional, mas também seu conhecimento e habilidade para a inovação e criatividade.

Dentro dos diversos tipos de ativos intangível, o capital intelectual se destaca, por ter em seu foco principal o capital humano, onde se utiliza dos diversos tipos de conhecimento para a geração de resultado na entidade tendo como finalidade desenvolver uma maior vantagem competitiva no mercado.

O capital intelectual é o ativo intangível mais importante dentro de uma organização, sendo mensurado e agregando valor para os ativos da organização, mostrando como os indivíduos podem influenciar de maneira significativa nos resultados da empresa, com suas competências, habilidades, atitude e conhecimento, cada um de maneira distinta adiciona valor para os resultados e para o sucesso da organização.

REFERÊNCIAS

- AHUJA, Gautam. Collaborative networks, structural holes, and innovation: A longitudinal study. **Administrative Science Quarterly**, v. 45, p. 425–455, 2000.
- BRANDT, V. A.; MACHAIEWSKI, S.; GEIB, V. Capital Intelectual e sua Relação com os Índices de Rentabilidade de Empresas do Comércio Varejista Listadas na BM&FBovespa. **BASE - Revista de Administração e Contabilidade da UNISINOS**, v. 15, n. 4, p. 255-263, 2018.
- DAVENPORT, Thomas H.; PRUSAK, Laurence. **Conhecimento empresarial: como as organizações gerenciam o seu Capital Intelectual**. 14. ed. Rio de Janeiro, RJ: Campus, 2003.

ENGELMAN, Raquel, FRACASSO, Edi, SCHMIDT, Serje, ZEN, Aurora. Intellectual capital, absorptive capacity and product innovation. **Management Decision**, v. 55, n. 3, p.474-490, 2017.

FIGUEIREDO, Saulo P. **Gestão do conhecimento: estratégias competitivas para a criação e mobilização do conhecimento na empresa: descubra como alavancar e multiplicar o capital intelectual e o conhecimento da organização**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2005.

JARDON, Carlos M., MARTOS, Maria S. Intellectual capital and performance in wood industries of Argentina. **Journal of Intellectual Capital**, Vol. 10 n. 4, p. 600-16, 2009.

MANGANELI, M. T. M.; TINOCO, J. E. P.; OTT, E. Evidenciação de capital intelectual de companhias listadas na BM&FBOVESPA. **Contexto - Revista do Programa de Pós-Graduação em Controladoria e Contabilidade da UFRGS**, v. 16, n. 34, p. 53-69, 2016.

MOURA, L. C. A.; RÊGO T. F. Concepção de Ativos: Um Estudo sobre a Compreensão dos Discentes do Curso de Graduação em Ciências Contábeis da UFRSA1. **REUNIR: Revista de Administração, Contabilidade e Sustentabilidade**, v. 4, n. 2, p. 20-42, 2014

MONTEIRO, A. A. S.; COELHO, F. S. Ativo intangível: um fator competitivo entre empresas. **Teoria da contabilidade**, ed. 5, p. 401, 1999.

POSPICHIL, B.; ENGELMAN, R.; SCHIMDT, S.; NODARI, C. H. Capital Intelectual Individual e Coletivo: Estudo em uma Indústria Química . **Revista de Ciências da Administração**, v. 20, n. 51, p. 8-25, 2018.

PACHECO, J.; ROVER, S.; VICENTE, E. F. R. 'Value Relevance' do Nível de Evidenciação do Ativo Intangível nas Companhias de Capital Aberto Brasileiras. **Revista Contemporânea de Contabilidade**, v. 15, n. 37, p. 178-199, 2018.

SUBRAMANIAM, Mohan, YOUNDT, Mark A. The influence of intellectual capital on the types of innovative capabilities. **Academy of Management Journal**, v. 48, n. 3, p. 450–463, 2005.

TEIXEIRA, J. P.; PRETI, S. M.; MARQUES, T. O. O valor da marca como um ativo intangível: um estudo de caso da Weg S.A. **Revista de Contabilidade do Mestrado em Ciências Contábeis da UERJ**, v. 17 n. 2, p. 45-67, 2012.

VOLKOV, D.; GARANINA, T. Value creation in Russian companies: the role of intangible assets. **The Electronic Journal of Knowledge Management**, v. 6, n. 1, p. 63-74, 2008.