Importância e Contribuição do Ativo Intangível: Percepção dos Empreendedores de Micro e Pequenas Empresas Sobre o Capital Intelectual

Contribution and Importance of Intangible Assets: Perception of Entrepreneurs from Micro and Small Business about Intellectual Capital

*FRANCISCO DE ASSIS CARLOS FILHO**
*UMBELINA CRAVO TEIXEIRA LAGIOIA***
*JOSÉ AUGUSTO DE MEDEIROS MONTEIRO****
*LUCIVALDO LOURENÇO DA SILVA FILHO*****
*JULIANA GONÇALVES DE ARAUJO******
*JOÃO GABRIEL NASCIMENTO DE ARAÚJO*******

Resumo

O objetivo desta pesquisa foi verificar se existe diferença estatisticamente significativa entre a percepção dos micro e pequenos empreendedores que possuem e os que não possuem familiaridade com os termos ativos intangíveis e/ou capital intelectual acerca da importância dos elementos do capital intelectual. Os dados foram coletados por meio de aplicação de questionário. A população compreendeu os participantes da Feira do Empreendedor organizada pelo SEBRAE em Recife/PE, em outubro de 2012. A amostra compreendeu 84 empreendedores de micro e pequenas empresas. Quase 90% dos respondentes se identificaram com uma posição global dentro da empresa. A pesquisa evidenciou que

* UFPE - Universidade Federal de Pernambuco. E-mail: francisco.assis.filho@gmail.com
** UFPE - Universidade Federal de Pernambuco. E-mail: umbelinalagioia@gmail.com
*** UFPE - Universidade Federal de Pernambuco. E-mail: guto.monteiro88@hotmail.com
**** UFPE - Universidade Federal de Pernambuco. E-mail: lucivaldolourenco@gmail.com
***** UFPE - Universidade Federal de Pernambuco. E-mail: juhliana.araujo@gmail.com
****** UFPE - Universidade Federal de Pernambuco. E-mail: j_gabriel90@hotmail.com

metade dos entrevistados nunca ouviu falar no termo "capital intelectual". Para a maioria dos respondentes que já ouviram falar, os elementos do capital intelectual são essenciais, muito importantes ou importantes. Os resultados também apontaram que os empreendedores que têm familiaridade com os termos capital intelectual e/ou ativo intangível tendem a atribuir maior nível de importância aos elementos do capital intelectual. Na análise de conteúdo, ficou evidenciado que 47,79% dos empreendedores acreditam que "produtos/serviços" e "funcionários" são determinantes para adicionar valor à empresa e que estes elementos contribuem para o aumento da vantagem competitiva.
Palavras-chave: Micro e pequeno empreendedorismo; Ativo intangível; Capital intelectual.

Abstract

The objective of this research was to investigate the perception of micro and small entrepreneurs about the importance and contribution of intangible assets, particularly intellectual capital, in managing their business. Data were collected through a survey methodology. The population consisted of participants of the Feira do Empreendedor organized by SEBRAE in Recife/PE in October 2012. The sample consisted of 84 micro and small enterprises entrepreneurs. Almost 90% of respondents identified themselves with a global position within the company. The research showed that half of the respondents have never heard the term capital intelectual. For the majority of respondents who have heard, the elements of intellectual capital are essential, very important or important. The results also showed that entrepreneurs who have familiarity with the terms intellectual capital and/or intangible assets tend to give higher level of importance to the elements of intellectual capital. The content analysis was shown that 47.79% of entrepreneurs believe that "products/services" and "employees" are essential to add value to the company and that these elements contribute to increase competitive advantage.
Keywords: Micro and small entrepreneurship; Intangible assets; Intellectual Capital.

1. Introdução

Diante das rápidas mudanças que a sociedade vem passando, como o avanço em tecnologias, informática, telecomunicações, as empresas a todo o momento são obrigadas a adaptarem sua maneira de gerenciar seus negócios e tomarem suas decisões. Desta forma, a contabilidade, como integrante desse processo decisório, passa por adequações, na mensuração, no reconhecimento ou na evidenciação de elementos contábeis, entre estes, os ativos intangíveis.

Crisóstomo (2009) afirma que a Lei 11.638/2007 separou de forma definitiva os bens imateriais (intangíveis) dos bens materiais (imobilizado) e que tal modificação representou avanço no tratamento dos ativos intangíveis. Mesmo antes da citada Lei, é importante salientar que a Deliberação CVM 488/2005 já regulava o subgrupo "intangível", para as empresas de capital aberto como um subgrupo do grupo Ativo Não Circulante.

O reconhecimento e a mensuração do ativo intangível passaram a apresentar-se com maior relevância através da adoção às normas contábeis, a qual foi sendo direcionada por meio dos pronunciamentos técnicos emitidos pelo Comitê Internacional de Padrões Contábeis (IASB). Segundo Carlos Filho et al. (2012), a iniciativa da adoção não pode ser interpretada no sentido de que as normas locais anteriormente vigentes não eram boas, mas que a adoção das normas internacionais faz que as grandes diferenças existentes nos padrões contábeis locais sejam dirimidas e que haja um maior grau de comparabilidade e entendimento das informações contábeis geradas pelas entidades do país. Ainda sobre esta adoção, Bowrin (2008) e Gjerd et al. (2008) afirmam que apesar de haver um relativo dissenso entre pesquisadores, as normas e procedimentos emitidos pelo IASB representam padrões contábeis de maior qualidade, e a adoção destas pode melhorar a qualidade das informações financeiras publicadas pelas empresas.

Contudo, mesmo com essas mudanças recentes, percebe-se que um dos grandes dilemas na contabilidade é a diferença entre seu valor real (contábil) e o que o mercado aceita pagar pela empresa. Uma das causas dessa discrepância pode ser atribuída à não contabilização de elementos dos ativos intangíveis, em especial ao capital intelectual.

DOI: http://dx.doi.org/10.15603/1982-8756/roc.v10n20p1-27

Conforme Assunção (2012), entre os intangíveis que a contabilidade reconhece atualmente encontram-se patentes, marcas, direitos autorais etc. Entretanto, também é amplamente reconhecida a existência de outros intangíveis que, apesar de ainda não terem sido identificados ou mensurados, igualmente contribuem para os resultados de uma entidade, como o Capital Intelectual.

Sullivan (1998) menciona que o marco inicial para fazer-se uma relação entre o capital intelectual e sua repercussão nos ativos intangíveis das empresas foi dado por um consultor sueco chamado Karl E. Sveiby, que em 1986 publicou um estudo intitulado The *Know-How Company*, acerca da gestão dos ativos intangíveis. Segundo Lev (2001; 2003; 2004), o capital intelectual está diretamente relacionado aos elementos intangíveis resultantes das atividades e práticas administrativas desenvolvidas pelas organizações para se adaptarem e atuarem na realidade atual.

Stewart (2002) enfatiza que nas últimas décadas, três grandes ideias transformaram profundamente o funcionamento das organizações: gestão da qualidade total, reengenharia e o capital intelectual. Porém, devido à subjetividade do capital intelectual, Wernke, Lembeck e Bornia (2003) dizem que sua compreensão se torna difícil, mas não resta dúvida de que é um fator relevante e importante, influenciando diretamente no valor das empresas perante o mercado.

Nessa mesma linha de pensamento, Barros (2007) afirma que o capital intelectual aparece como um forte aliado nas empresas independentemente do seu porte: pequeno, médio ou grande.

Diante do exposto, este estudo tem por objetivo verificar se *existe diferença estatisticamente significativa entre a percepção dos micro e pequenos empreendedores que possuem e os que não possuem familiaridade com os termos ativos intangíveis e/ou capital intelectual acerca da importância dos elementos do capital intelectual.*

Esta pesquisa está estruturada como segue. Contextualização como seção introdutória e a seguir, a partir da seção 2, encontra-se a revisão da literatura, que está dividida em duas subseções: Importância sobre ativo intangível e capital intelectual, e evidências empíricas anteriores sobre a importância e a contribuição do ativo intangível e o capital intelectual. Na seção 3, é apresentada a hipótese do presente estudo. A metodologia da pesquisa encontra-se na seção

DOI: http://dx.doi.org/10.15603/1982-8756/roc.v10n20p1-27

4. A seção 5 finaliza com a análise dos dados. Na conclusão, além das considerações finais, apresentamos sugestões para futuras pesquisas.

2. Revisão de Literatura

2.1 Considerações sobre o ativo intangível e o capital intelectual

Perez e Fama (2004) caracterizam os ativos intangíveis como ativos de natureza permanente, sem existência física e que, à disposição e controlados pela entidade, sejam capazes de produzir benefícios futuros.

Kayo et al. (2006) destacam que o valor de uma empresa é o resultado da soma dos seus tangíveis e intangíveis, e os ativos intangíveis, em particular, têm crescido em importância na formação desse valor. Outro conceito é dado por Iudícibus et al. (2010), quando afirmam que os intangíveis são um ativo igual a qualquer um. São agregados de benefícios econômicos futuros sobre os quais uma entidade detém o controle e a exclusividade na sua exploração. Ocorre que, diferentemente dos ativos tangíveis, que são visivelmente identificados e contabilmente separados, os intangíveis por sua vez não o são. Segundo Lagioia (2012), o ativo intangível precisa atender aos critérios de identificação, controle e existência de benefícios futuros.

Assim, devido à dificuldade de mensuração e reconhecimento por parte da contabilidade, encontramos na literatura definições e conceitos diferentes para o capital intelectual. Segundo Souza (2006), o capital intelectual pode ser visto como um valor agregado aos produtos e aos serviços da organização por meio de conhecimento adquirido; é composto por habilidades e conhecimentos dos colaboradores, pela tecnologia de produtos e de processos, e ainda, pelas características específicas de cada organização.

Booth (1998) segrega o capital intelectual em ativos relacionados com pessoas (capital humano) que são os fatores como habilidades, atitudes e competências para a resolução de problemas. Por outro lado, os ativos "não humanos" que são referentes ao mercado abrangem fatores como reputação, relacionamento com consumidores etc.

De acordo com Lev (2001), o capital intelectual é gerado pelos investimentos em três elementos: inovação, desenho organizacio-

nal diferenciado e recursos humanos. Outra definição é dada por Edvinsson e Malone (1998), que definem o capital intelectual como fatores dinâmicos ocultos que dão sustentação à parte visível da empresa. Foram divididos em três categorias esses fatores ocultos: capital humano, capital estrutural e capital de clientes.

Autores como Edvinsson e Malone (1997), Fincham e Roslender (2003), Ordonez de Pablos (2005), Tovstiga e Tulugurova (2009) classificam o capital intelectual em capital humano, relacional e estrutural. Outros pesquisadores como Abeysekera (2008), Schneider e Samkin (2008), Steenkamp (2007), Whiting e Miller (2008) classificam o capital intelectual também em três categorias: capital humano (CH), capital interno (CI) e capital externo (CE).

É com base nesses achados acerca da classificação do capital intelectual que o estudo baseou sua análise de dados, definindo como categorias para a pesquisa o capital humano, interno e externo, os quais foram atribuídos aos itens utilizados por Steenkamp e Kashyap (2010).

2.2 Evidências empíricas anteriores sobre a importância e a contribuição do ativo intangível e o capital intelectual

Sriram (2008) observou o comportamento de duas amostras distintas, empresas de tecnologias de um lado, onde o ativo é composto principalmente por intangíveis, e de outro lado empresas tradicionais, a maioria do ativo é composta por ativos fixos. O principal achado desta pesquisa foi que as empresas de tecnologia usam os intangíveis para melhorar sua avaliação financeira. Moeller (2009) realizou um estudo com 100 redes de negócios alemães, a partir de dados coletados com chefes dos departamentos de contabilidade gerencial, os resultados demonstraram o fato de que a evidenciação dos intangíveis está relacionada com o desempenho financeiro da empresa. Grimaldi e Cricelli (2009) também destacam em seus achados que os ativos intangíveis melhoram o desempenho da empresa.

Corroborando com esses resultados, Lhaopadchan (2010) relata que os ativos intangíveis e o *goodwill*, em especial a partir da combinação de negócios, são elementos que cada vez são mais importantes nos balanços consolidados publicados.

DOI: http://dx.doi.org/10.15603/1982-8756/roc.v10n20p1-27

Em uma pesquisa na área de telecomunicações Gerpott, Thomas e Hoffmann (2008) revelaram que nas demonstrações contábeis, os níveis da qualidade de divulgação dos intangíveis eram relativamente baixos e que as divulgações do intangível, muitas vezes, foram limitadas a pequenas peças de informação qualitativa.

Durante a transição para os padrões internacionais, Sahut, Boulerne e Teulon (2011) realizaram um estudo com 1.855 empresas em vários países da Europa com o objetivo de analisar o grau de relevância das informações contábeis evidenciadas pelo ágio e demais ativos intangíveis. Como principal achado, a pesquisa revelou que várias empresas têm reclassificado como *goodwill* os seus ativos intangíveis que não se encaixam com a definição dada pela IAS 38, bem como realizaram reavaliação de ativos intangíveis, a fim de cumprir a IFRS 3.

Giuliani e Brannstrom (2011) realizaram um estudo nos relatórios contábeis das empresas listadas nas bolsas de valores da Itália e da Suécia, o principal achado foi que notaram uma inércia da contabilidade no cumprimento da IFRS 3, achado esse que provavelmente surge por causa da relutância dos contabilistas para adotarem novas práticas e ideias.

Em relação ao capital intelectual, pode-se citar o estudo de Oliveira e Beuren (2003), que teve por objetivo verificar o tratamento contábil que é aplicado ao capital intelectual. Como principal achado, foi verificado que o tratamento contábil do capital intelectual é algo ainda muito incipiente, e que os critérios utilizados para mensurar, registrar e evidenciar as informações referentes ao capital humano, capital estrutural e capital de clientes, com vistas ao processo de gestão, são algo que ainda carece de uma sistematização.

Em seus estudos, Antunes (2006) investigou a adequação do Sistema de Informações Contábeis Gerenciais de grandes empresas brasileiras à gestão do Capital Intelectual, como uma amostra de 30 gestores de grandes empresas brasileiras, foi possível concluir que a grande maioria dos gestores realiza investimentos em elementos do Capital Intelectual e que atribuíram indicadores para avaliar esses investimentos, mas não de forma integrada que permita a quantificação correta dos valores investidos e a avaliação do retorno desses investimentos.

Os estudos de Paulo (2000) e Santos et al. (2008) constataram que os ativos intangíveis continuam a ser um assunto significativo e controvertido, devendo por isso a sua contabilização continuar a se aperfeiçoar, em especial o do capital intelectual, que provavelmente será um assunto cuja importância irá crescer com o passar dos anos.

Steenkamp e Kashyap (2010) realizaram um estudo sobre a percepção de pequenos e médios empresários a respeito da importância e contribuição dos ativos intangíveis. Esse estudo teve como enfoque o capital intelectual e apresentou resultados, corroborando com a ideia de que a contribuição desses ativos para o sucesso do negócio é válida não só para as grandes empresas, mas para as micro e pequenas empresas também.

3. Hipótese do Estudo

Partindo-se da crença de que os empreendedores familiarizados com os termos capital intelectual e/ou ativo intangível atribuem nível de importância diferenciado aos elementos do capital intelectual, e tendo em vista os objetivos propostos, foi formulada a seguinte hipótese, a qual é alternativa e apresenta-se de modo não direcional:

> H1: Há diferenças na percepção dos micro e pequenos empreendedores que possuem familiaridade com os termos capital intelectual e/ou ativo intangível acerca da importância dos elementos do capital intelectual.

4. Metodologia da Pesquisa

4.1 Definição de micro e pequenas empresas

No Brasil existem diferentes formas de classificação para micro e pequenas empresas. O SEBRAE usa como critério o número de empregados, a classificação adotada pelo BNDES leva em conta a receita operacional bruta anual, para fins fiscais a Receita Federal utiliza o faturamento. Qualquer que fosse o critério adotado, as empresas dos empreendedores objeto de estudo desta pesquisa estariam caracterizadas como micro e pequenas empresas.

DOI: http://dx.doi.org/10.15603/1982-8756/roc.v10n20p1-27

4.2 Amostra

A população alvo desta pesquisa foram os micro e pequenos empreendedores participantes da Feira do Empreendedor 2012, realizada pelo SEBRAE-PE, no centro de convenções em Recife/PE, entre os dias 17 e 20 de outubro de 2012.

4.3 Coleta de dados

Os dados foram coletados por meio de um questionário aplicado de forma presencial aos participantes da Feira do Empreendedor 2012 do SEBRAE-PE. O número de respondentes alcançado na pesquisa foi de 84. O tempo necessário para a resposta de cada questionário variou entre nove e quinze minutos.

O questionário utilizado foi dividido em quatro seções e foi adaptado de Steenkamp e Kashyap (2010). A seção 1 reuniu informações econômicas das empresas representadas por estes. A seção 2 avaliou o nível de familiaridade dos entrevistados com o termo "capital intelectual". A seção 3 identificou o nível de importância atribuída aos componentes do ativo intangível, utilizando uma escala de *Likert* de 1 a 5, na qual 1 representou a alternativa nada importante, 2 pouco importante, 3 importante, 4 muito importante e 5 essencial. Por fim, a seção 4 contém duas perguntas abertas, as quais incluem as contribuições que o ativo intangível e/ou capital intelectual ocasionam para o sucesso das empresas.

4.4 Tratamento dos dados

A análise dos dados foi realizada com o suporte do software de tratamento estatístico de dados *IBM SPSS Statistics v. 20*, sendo utilizada a análise estatística descritiva e inferencial. Para a análise estatística inferencial, foi utilizado o teste *t-student.*

Ainda foi realizada uma análise de conteúdo com tabulação das respostas de duas perguntas abertas.

5. Análise dos Dados

Os resultados são apresentados e discutidos separadamente para as quatro seções do questionário.

DOI: http://dx.doi.org/10.15603/1982-8756/roc.v10n20p1-27

5.1 Informações econômicas

A primeira seção do questionário fornecia uma lista de diferentes cargos executivos e gerenciais normalmente encontrados em empresas e os participantes foram orientados a marcar a alternativa mais adequada descrevendo suas posições. Os resultados estão resumidos na Tabela 1.

Tabela 1 – Posição gerencial

Função exercida na empresa	Número de respondentes	Percentual
Administrador geral	37	44%
Gerente administrativo	4	4,8%
Gerente de vendas	4	4,8%
Todas acima	38	45,2%
Outros	1	1,2%
TOTAL	84	100%

Fonte: Dados da pesquisa, 2013

Um resultado evidenciado na Tabela 1 é que 89,2% (a soma dos respondentes de Administrador geral e todas acima) da amostra se identificam com uma posição geral/global dentro da empresa. Percebe-se que esse resultado espelha uma das características das empresas do presente estudo, é que praticamente não existem diferenças nas posições gerenciais. Já no estudo base foi encontrado o percentual de 63,3%, sendo predominante a função de administrador geral (50%).

5.2 Familiaridade com o uso da terminologia

A segunda seção do questionário foi com o intuito de verificar a familiaridade dos entrevistados com os termos "ativos intangíveis" e "capital intelectual". Foram elaboradas alternativas que avaliassem suas preferências na utilização dos termos.

DOI: http://dx.doi.org/10.15603/1982-8756/roc.v10n20p1-27

Tabela 2 – Posição gerencial

Alternativas	Respondentes	Percentual
Eu nunca ouvi falar sobre o termo "capital intelectual" antes desta pesquisa.	42	50%
Eu já ouvi falar, mas não entendo o seu significado.	16	19,1%
Eu conheço o termo "capital intelectual" e eu uso esse termo ao invés de "ativo intangível".	9	10,7%
Eu conheço o termo "capital intelectual", contudo, prefiro usar o termo "ativo intangível".	9	10,7%
Eu conheço os dois termos, "capital intelectual" e "ativo intangível", mas não uso nem um, nem outro.	8	9,5%
TOTAL DE RESPONDENTES	84	100%

Fonte: Dados da pesquisa, 2013

Verifica-se que metade dos respondentes (50%) nunca tinha ouvido falar sobre o termo "capital intelectual", quase 20% já tinham ouvido falar, mas não entendiam o seu significado, e o restante da amostra que soma 30% tem conhecimento sobre o termo.

O comportamento apresentado por este resultado demonstra uma grande diferença entre o perfil das pessoas entrevistadas deste estudo e o perfil dos respondentes do estudo realizado na Nova Zelândia por Steenkamp e Kashyak (2010), os quais, em sua maioria (83%), assinalaram as alternativas que apresentam familiaridade com o termo "capital intelectual". Já neste estudo, a maioria dos respondentes nunca ouviu falar ou conhece o termo "capital intelectual" (69%). Assim, neste ponto, é possível observar uma divergência entre os dois achados.

Um dos aspectos discutidos no trabalho de Steenkamp e Kashyak (2010) é a sugestão de maior detalhamento sobre a utilização de ativos caracterizados como intangível ou capital intelectual, mas que estes termos não são utilizados.

5.3 Importância dos ativos intangíveis (Capital intelectual)

A terceira seção do questionário identificou o nível de importância atribuída aos componentes do capital intelectual. Conforme evidenciado no referencial teórico, várias são as definições para o capital intelectual, porém duas estruturas conceituais são utilizadas com maior frequência e ambas dividem o capital intelectual em três categorias: capital humano (CH), capital interno (CI) e capital externo (CE). Outras três denominações também são empregadas por alguns autores: capital humano, relacional e estrutural.

DOI: http://dx.doi.org/10.15603/1982-8756/roc.v10n20p1-27

As classificações, apesar de serem diferentes nas nomenclaturas, apresentam o mesmo sentido, capital relacional pode ser entendido como "capital externo", e capital estrutural é o mesmo que "capital interno". Uma variedade de elementos foi identificada para cada uma das três categorias, variando de 17 a 45 elementos. Para este estudo foram selecionados os mesmos 23 elementos que a pesquisa de Steenkamp e Kashyap (2010) utilizou em sua pesquisa sobre percepção de gestores de pequenas empresas sobre a importância e a contribuição dos ativos intangíveis.

Na Tabela 3 estão evidenciados todos os 23 elementos do ativo intangível e que foram classificados de essencial a sem importância, entre parênteses sua classificação.

Tabela 3 – Componentes dos ativos intangíveis

Componentes		1	2	3	4	5	TOTAL
1	Inovação dos empregados (CH)	–	2	34	24	24	84
2	Know-how dos empregados (CH)	–	7	27	32	18	84
3	Experiência dos empregados (CH)	1	10	34	28	11	84
4	Qualificação/educação dos empregados (CH)	–	3	28	33	20	84
5	Satisfação dos empregados no trabalho (CH)	–	–	12	31	41	84
6	Lealdade dos empregados (CH)	–	1	14	27	42	84
7	Treinamento dos empregados (CH)	–	–	9	42	32	83[a]
8	Satisfação dos clientes (CE)	–	–	4	11	69	84
9	Fidelidade dos clientes (CE)	–	–	12	14	58	84
10	Banco de dados (CI)	1	–	17	32	34	84
11	Propriedade intelectual (CI)	–	3	19	30	31	83[a]
12	Contratos de fornecimento (CE)	–	5	23	31	25	84
13	Sistema gerencial (CI)	–	4	18	31	30	83[a]
14	Tecnologia da informação/T.I./Sistemas (CI)	1	6	21	29	27	84
15	Marca (CE)	–	2	14	25	42	83[a]
16	Reputação do negócio (CE)	–	–	13	20	50	83[a]
17	Reputação do produto (CE)	–	–	9	22	53	84
18	Cultura organizacional (CI)	1	–	16	37	30	84
19	Know-how do fornecedor (CE)	1	4	25	37	16	83[a]
20	Know-how do distribuidor (CE)	2	3	26	34	18	83[a]
21	Relacionamento com os fornecedores (CE)	–	3	15	41	25	84
22	Relacionamento com os investidores (CE)	–	6	16	30	25	77[a]
23	Relac. com outros interessados (Banco, sociedade etc.) (CE)	–	4	24	37	19	84
TOTAL		7	63	430	678	740	1.918

Notas: 5=Essencial, 4=Muito Importante, 3=Importante, 2=Não muito importante e 1=Sem importância.[a]
Nem todos os entrevistados responderam essas questões.

Fonte: Dados da pesquisa, 2013

DOI: http://dx.doi.org/10.15603/1982-8756/roc.v10n20p1-27

A Tabela 3 mostra que todos os 23 elementos listados são apontados pelos respondentes como essenciais. Outro resultado é que apenas sete observações distribuídas para os 23 elementos foram consideradas como sem importância. No total, 96% dos respondentes perceberam os 23 componentes como essenciais, muito importante ou importante. Destaque para essencial com 39% (740 pontos), muito importante com 35% (678) e importante com 22% (430 pontos).

As questões referentes ao capital humano, no geral, se analisadas por agrupamento, assemelham-se em relação aos resultados encontrados por Steenkamp e Kashyak (2010). No entanto, em alguns questionamentos específicos se percebe algumas inclinações. A importância da satisfação dos empregados é bem mais expressiva na pesquisa em tela, considerada essencial. Os respondentes desta pesquisa também atribuem maior importância à qualificação dos empregados. Já quanto ao *know-how* dos empregados, o estudo de Steenkamp e Kashyak (2010) evidencia que os respondentes definem este fator como essencial.

No que se refere aos tópicos relacionados ao capital externo, os resultados são convergentes com os de Steenkamp e Kashyak (2010), e todos os aspectos voltados aos clientes/consumidores são classificados como essenciais por ambos os respondentes das pesquisas.

Ao observar o comportamento dos respondentes quanto ao capital interno da empresa verificou-se, também, uma semelhança com os achados de Steenkamp e Kashyak (2010), variando em poucos pontos. Esta variação mostra uma leve tendência dos respondentes deste estudo atribuírem maior grau de importância aos itens apresentados e classificados como componentes do capital interno.

5.4 Análise estatística descritiva

Na figura 1, os 23 elementos listados na Tabela 3 foram classificados dentro das três categorias de capital intelectual, dessa forma pode-se descobrir a importância relativa dos componentes dentro de cada uma das três categorias do capital intelectual.

DOI: http://dx.doi.org/10.15603/1982-8756/roc.v10n20p1-27

Figura 1 – Importância dos elementos com as três categorias de Capital Intelectual

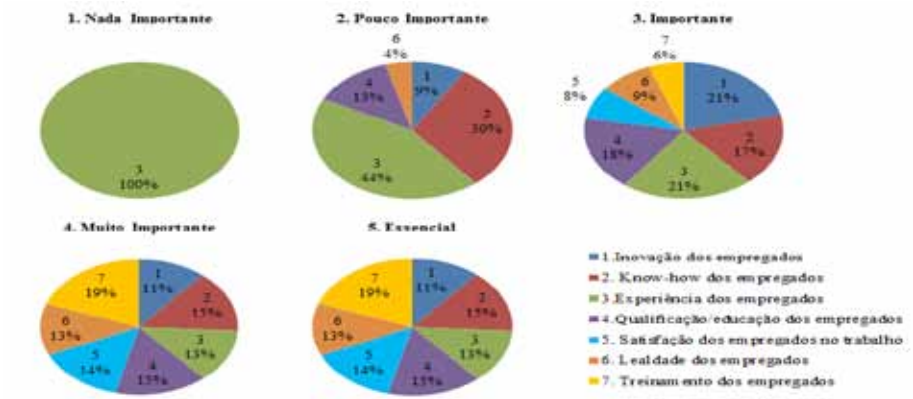


Fonte: Dados da pesquisa, 2013

Os resultados mostram que a maioria dos elementos do capital externo é considerada como essencial (44%), assemelhando-se aos achados do estudo de Steenkamp e Kashyak (2010), enquanto que na categoria de capital humano e capital interno, a maioria dos elementos é considerada como muito importante (37% e 38%, respectivamente), também apresentando convergência ao estudo de Steenkamp e Kashyak (2010). Além disso, nas três categorias analisadas, no máximo apenas 1% dos elementos é percebido como nada importante.

Além disso, procurou-se verificar a importância relativa de cada elemento dentro das três categorias de capital intelectual. Os resultados para o capital humano podem ser observados na Figura 2.

Figura 2 – Níveis de importância do Capital Humano



Fonte: Dados da pesquisa, 2013

DOI: http://dx.doi.org/10.15603/1982-8756/roc.v10n20p1-27

Percebe-se que apenas foi apontado "nada importante" a experiência do empregado, diferenciando dos achados de Steenkamp e Kashyak (2010), onde foram assinalados o treinamento dos empregados, a qualificação dos empregados, a inovação dos empregados e o *know-how* dos empregados.

Já como pouco importante, a experiência do empregado aparece novamente com maior participação, em seguida do *know-how* dos empregados, da qualificação dos empregados, da inovação dos empregados e da lealdade dos mesmos. Esse resultado diverge do estudo de Steenkamp e Kashyak (2010), onde o maior representante desta classificação é a qualificação do empregado.

Partindo para a análise do que foi classificado como essencial, percebe-se que o item de maior importância foi o treinamento dos empregados, estando, em seguida, o know-how dos empregados e a qualificação destes. No estudo de Steenkamp e Kashyak (2010), o *know-how* obteve maior participação quanto à importância, acompanhado da lealdade do empregado.

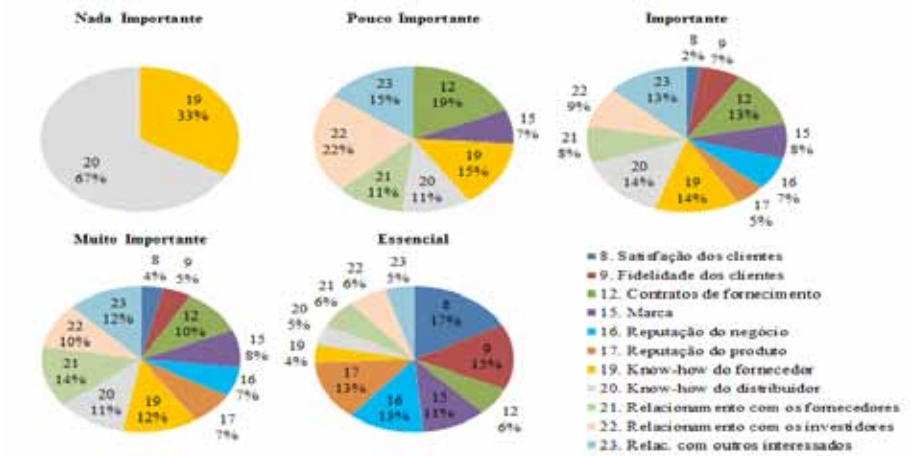
Este resultado sugere que o perfil dos respondentes, no Brasil, tem valorizado a capacidade dos seus trabalhadores e atenta para a qualificação destes quando se trata de seu negócio.

Assim, a Figura 2 indica que todos os sete componentes na categoria capital humano são apontados como essenciais, muito importante e importante. O elemento que foi considerado essencial com maior proporção foi o treinamento de empregados, seguido empatados os elementos: *Know-how* dos empregados e qualificação/educação dos empregados. Apenas o elemento experiência dos empregados foi classificado como nada importante.

Os resultados para o capital externo podem ser observados na Figura 3.

Como nada importante são indicados apenas dois itens: *know-how* do distribuidor, com maior participação, e *know-how* do fornecedor. Comportamento divergente do encontrado no estudo de Steenkamp e Kashyak (2010), onde são indicados seis itens, na seguinte ordem de participação: Contratos de fornecimento, relacionamento com investidores, marca, *know-how* do distribuidor, satisfação do cliente e fidelidade do cliente. É interessante observar que o estudo de Steenkamp e Kashyak (2010) tem uma amostra menor, e mesmo

Figura 3 – Níveis de importância do Capital Externo



Fonte: Dados da pesquisa, 2013

assim, mais distribuída entre as respostas, Já o presente estudo possui uma amostra maior, assim como uma quase unanimidade entre os fatores nada importantes, considerando os itens do capital externo como importantes, em sua maioria.

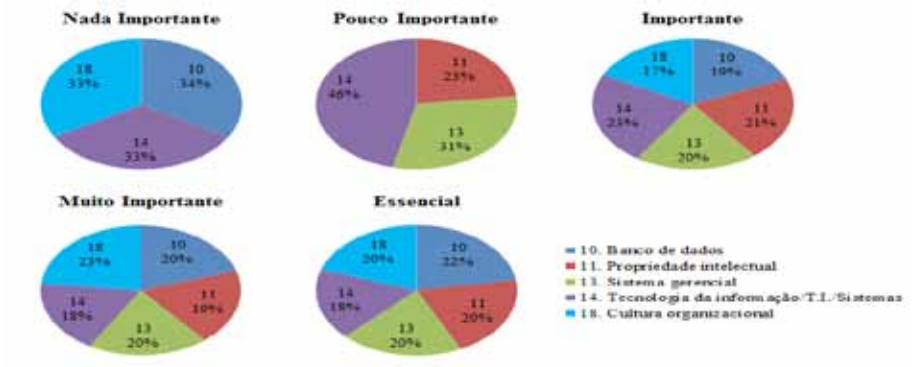
Quanto aos itens classificados como essenciais, percebe-se uma maior dispersão, mas predomina a satisfação do cliente e, em seguida, sua fidelidade, com importância relevante, vindo, logo após, os itens relacionados à reputação do produto e do negócio. Comportamento observado de forma semelhante pelo estudo da Nova Zelândia.

A Figura 3 indica que todos os onze componentes na categoria capital externo são apontados como essenciais, muito importante e importante. Apenas sete dos onze elementos são percebidos como pouco importante. Os dois únicos elementos considerados nada importante são *know-how* dos distribuidos e *know-how* do fornecedor. Os resultados para o capital interno podem ser observados na Figura 4.

Os respondentes desta pesquisa consideraram como nada importantes itens como banco de dados, tecnologia da informação e cultura organizacional. No estudo de Steenkamp e Kashyak (2010), foram elencados itens como banco de dados, propriedade intelectual, sistemas gerenciais e tecnologia da informação.

DOI: http://dx.doi.org/10.15603/1982-8756/roc.v10n20p1-27

Figura 4 – Níveis de importância do Capital Interno



Fonte: Dados da pesquisa, 2013

O item que indicou maior importância foi também banco de dados, tendo, em seguida, os itens de cultura organizacional e propriedade intelectual. Importante observar que esses itens também foram elencados como nada importante, apresentando maior dispersão de resultados quanto aos aspectos do capital interno.

Da mesma forma que o capital humano e o capital externo, a Figura 4 mostra que todos os cinco elementos na categoria capital interno são apontados como essenciais, muito importante e importante. O elemento banco de dados tem a maior proporção de ser percebido como essencial, curiosamente entre os três elementos percebidos como nada importante, esse é o de maior relevância.

Foi confeccionada também uma classificação em ordem de importância de todos os elementos observados. Foram utilizados os resultados da Tabela 3 para calcular a média de cada elemento. A média e a classificação são apresentados na Tabela 4.

As médias dos níveis de importância atribuídos pelos entrevistados aos 23 elementos do capital intelectual considerados na pesquisa apontaram que os quatro primeiros componentes considerados mais importantes foram satisfação dos clientes, fidelidade dos clientes, reputação do produto e reputação do negócio, indo de encontro aos achados do estudo de Steemkamp e Kashyap (2011).

Constata-se ainda que componentes como inovação, qualificação, *know-how* e experiência dos empregados ocuparam as cinco últimas posições, diferenciando-se em parte do que foi verificado

Tabela 4 – Componentes dos ativos intangíveis

COMPONENTES DOS ATIVOS INTANGÍVEIS		MÉDIA
1º.	Satisfação dos clientes	4,77
2º.	Fidelidade dos clientes	4,55
3º.	Reputação do produto	4,52
4º.	Reputação do negócio	4,45
5º.	Satisfação dos empregados no trabalho	4,35
6º.	Lealdade dos empregados	4,31
7º.	Marca	4,29
8º.	Treinamento dos empregados	4,28
9º.	Banco de dados	4,17
10º.	Cultura organizacional	4,13
11º.	Propriedade intelectual	4,07
12º.	Sistema gerencial	4,05[a]
13º.	Relacionamento com os fornecedores	4,05[a]
14º.	Relacionamento com os investidores	3,96
15º.	Contratos de fornecimento	3,90
16º.	Tecnologia da informação/T.I./Sistemas	3,89
17º.	Relac. com outros interessados (Banco, sociedade etc.)	3,85
18º.	Inovação dos empregados	3,83
19º.	Qualificação/educação dos empregados	3,83
20º.	Know-how do fornecedor	3,76[a]
21º.	Know-how do distribuidor	3,76[a]
22º.	Know-how dos empregados	3,73
23º.	Experiência dos empregados	3,45
Média de todos os componentes		4,08

[a]O critério de desempate utilizado foi a maior quantidade de nível de importância igual a 5 atribuído pelos respondentes ao elemento.

Fonte: Dados da pesquisa, 2013

na Nova Zelândia por Steemkamp e Kashyap (2011), que apontou o *know-how* dos empregados como o quinto componente mais importante, Experiência dos empregados como o décimo segundo e qualificação dos empregados como o décimo.

A média de todos os componentes apontou que os entrevistados percebem os elementos do capital intelectual como sendo entre muito importante e essencial, diferenciando-se do público entrevistado por Steemkamp e Kashyap (2011), o qual considerou tais elementos como sendo entre importante e muito importante.

DOI: http://dx.doi.org/10.15603/1982-8756/roc.v10n20p1-27

5.5 Análise estatística inferencial

Esta seção apresenta os resultados dos testes *t-student* realizados para avaliar a hipótese delineadora do estudo. Para a realização do teste, a amostra foi dividida, sendo uma metade composta pelos entrevistados que afirmaram ser familiarizados com os termos capital intelectual e/ou ativo intangível, e a outra metade pelos que afirmaram desconhecer ambos os termos. A Tabela 5 apresenta as médias dos níveis de importância atribuídos aos elementos do capital intelectual para cada uma dessas amostras e os resultados do teste *t-student*, com as variáveis que apontaram nível de significância abaixo de 5% destacadas.

Tabela 5: Teste t-student

ELEMENTO DO CAPITAL INTELECTUAL	**Não possuem familiaridade com os termos Capital Intelectual e Ativo Intangível**	**Possuem familiaridade com os termos Capital Intelectual e/ou Ativo Intangível**	**Teste *t-student***	
	MÉDIA	**MÉDIA**	**Teste t**	**P-Valor**
Inovação dos empregados	3,71	3,95	-1.325	0,193
Know-how dos empregados	3,69	3,76	-0,347	0,730
Experiência dos empregados	3,55	3,36	0,928	0,359
Qualificação/educação dos empregados	3,74	3,93	-0,955	0,345
Satisfação dos empregados no trabalho	4,24	4,45	-1,325	0,193
Lealdade dos empregados	4,26	4,36	-0,488	0,628
Treinamento dos empregados	4,29	4,24	0,339	0,736
Satisfação dos clientes	4,60	4,95	-3,186	0,003
Fidelidade dos clientes	4,43	4,67	-1,403	0,168
Banco de dados	4,17	4,17	0,000	1,000
Propriedade intelectual	3,88	4,29	-2,592	0,013
Contratos de fornecimento	3,76	4,05	-1,499	0,142
Sistema gerencial	3,88	4,24	-1,954	0,058
Tecnologia da informação/T.I./ Sistemas	3,83	3,95	-0,573	0,570
Marca	4,12	4,46	-2,012	0,050
Reputação do negócio	4,24	4,68	-2,677	0,011
Reputação do produto	4,40	4,64	-1,570	0,124
Cultura organizacional	3,90	4,36	-3,029	0,004
Know-how do fornecedor	3,71	3,83	-0,551	0,585
Know-how do distribuidor	3,73	3,78	-0,221	0,826
Relacionamento com os fornecedores	3,86	4,24	-2,638	0,012
Relacionamento com os investidores	4,00	3,97	0,141	0,889
Relac. com outros interessados (banco, sociedade etc.)	3,83	3,86	-0,123	0,903

Fonte: Dados da pesquisa, 2013

DOI: http://dx.doi.org/10.15603/1982-8756/roc.v10n20p1-27

Analisando a tabela 5, percebe-se que as estatísticas do teste *t-student* para os elementos do capital intelectual satisfação dos clientes, propriedade intelectual, marca, reputação do negócio, cultura organizacional e relacionamento com fornecedores apresentaram nível de significância abaixo de 5%. Isto indica que existem diferenças estatisticamente significativas entre as percepções dos empreendedores que possuem e os que não possuem familiaridade com os termos capital intelectual e/ou ativo intangível acerca de tais elementos do capital intelectual, *o que justifica a rejeição parcial da hipótese nula*.

Observando as médias dos elementos que o *teste-t* assinalou nível de significância abaixo de 5%, percebe-se que, para todos os casos que apontaram a familiaridade ou não com os termos "capital intelectual" e/ou "ativo intangível", a amostra que afirmou possuir familiaridade atribuiu maior nível de importância a tais elementos. Deste modo, o estudo aponta que empreendedores que possuem familiaridade com os termos capital intelectual e/ou ativo intangível tendem a atribuir maior nível de importância aos elementos do capital intelectual satisfação dos clientes, propriedade intelectual, marca, reputação do negócio, cultura organizacional e relacionamento com fornecedores.

5.6 Análise de conteúdo

A seção 4 do questionário foi concebida de forma que pudéssemos confrontar o que é consagrado na literatura acerca que os ativos intangíveis e/ou capital intelectual fazem valiosas contribuições para as empresas. Duas perguntas abertas foram elaboradas para os respondentes descreverem com suas próprias palavras qual componente do ativo intangível e/ou capital intelectual fazem tais contribuições.

Na Tabela 6, são apresentados em ordem decrescente os termos utilizados nas respostas dos entrevistados quando perguntados sobre o que adiciona valor às suas empresas.

DOI: http://dx.doi.org/10.15603/1982-8756/roc.v10n20p1-27

Tabela 6: O que adiciona valor à sua empresa

O que adiciona valor à sua empresa?			
Termo Usado	Palavras relacionadas com o termo	Quantidade	%
Produtos/ Serviços	"Qualidade", "Diversidade", "Distribuição Exclusiva", "Renovação", "Diferenciado"; "Imagem"	28	24,78%
Funcionários	"Funcionários bem preparados", "Capacitados", "Capital humano", "Harmonia", "Honestidade", "Disposição", "Empenho" (Comprometimento), "Experiência", "Satisfação"; "Responsabilidade"; "Trabalho"; "Relacionamento"	26	23,01%
Empresa	"Ética", "Experiência", "Feedback", "Cultura Organizacional", "Design", "Know-how", "Marketing", "Organização", "Planejamento", "Tempo de Existência", "Crescimento", "Intensidade"; "Visual da Estrutura"; "Imagem"; "Administração"; "Tecnologia"	25	22,12%
Clientes	"Incentivo", "Interação", "Satisfação"; "Relacionamento"	12	10,62%
Atendimento	"Bom atendimento"	11	9,73%
Criatividade	"Inovação"	5	4,42%
Crédito	"Credibilidade"	4	3,54%
Segurança	"Do contrato", "Nas compras"	2	1,77%
Total		**113**	**100%**

Fonte: Dados da pesquisa, 2013

Fica evidenciado, na tabela 6, que quando questionados sobre o que adiciona valor à sua empresa, quase 70% dos respondentes mencionaram os termos "Produto/Serviços", "Funcionários", "Empresa". Essas respostas explicam e apoiam os achados nas figuras 2 e 3, uma vez que os componentes do capital humano e do capital externo são percebidos como essenciais. Outros termos também foram apontados, são eles: clientes, atendimento, criatividade, crédito e segurança.

Na tabela 7, são apresentados em ordem decrescente os termos utilizados nas respostas dos entrevistados quando perguntados sobre o que fornece vantagem competitiva às suas empresas.

Tabela 7: O que fornece vantagem competitiva à empresa

O que fornece vantagem competitiva à empresa?			
Termo usado	Palavras relacionadas com o termo	Quantidade	%
Produto/serviço	"Qualidade"; "Distribuição exclusiva"; "Apresentação"; "Diferenciado"; "Higiene"; "Variedade"	33	29,73%
Funcionários	"Atitude"; "Capital humano"; "Capital intelectual"; "Carisma"; "Paciência"; "Interação"; "Habilidade"; "Qualificação"; "Responsabilidade"; "Seriedade"; "Conhecimento"; "Relacionamento"	18	16,22%
Preço	"Preços competitivos"; "Concessão de descontos"	17	15,32%
Criatividade	"Inovação"; "Atualização"	13	11,71%
Atendimento	"Bom atendimento"; "Comodidade para os clientes"; "Presença do Proprietário"; "Flexibilidade"	12	10,81%
Prazos	"Cumprimento de prazos"; "Agilidade"; "Entrega"; "Pontualidade"; "Rapidez"; "Tempestividade"	8	7,21%
Empresa	"Design da Estrutura"; "Tempo de existência"; "Localização"; "Modernidade"; "Tecnologia"; "Tempo de existência"	5	4,50%
Clientes	"Fidelização"; "Relacionamento"	3	2,70%
Concorrência	"Benchmarking"; "Quantidade de concorrentes"	2	1,80%
Total		**111**	**100,00%**

Fonte: Dados da pesquisa, 2013

A tabela 7 demonstra que quando questionados sobre o que fornece vantagem competitiva para as suas empresas, a maioria dos empreendedores entrevistados mencionou os termos "Produto/serviço", "Funcionários", "Preço", o que representou 61,67% das respostas dadas a esta questão. Além destes termos, foram apontados também Criatividade, Atendimento, Prazos, Empresa, Clientes e Concorrência.

Chama a atenção o fato de que semelhante ao que foi apresentado na tabela 6, que 47,79% dos empreendedores entrevistados mencionaram os termos "Produto/serviço" e "Funcionários" como variáveis que adicionam valor às suas empresas, a tabela 7 mostrou que 45,95% dos empreendedores entrevistados também apontaram esses termos como variáveis determinantes para as suas empresas ganharem vantagem competitiva. Isso demonstra que para os respondentes as variáveis "Produto/serviços" e "Funcionários" são as

DOI: http://dx.doi.org/10.15603/1982-8756/roc.v10n20p1-27

duas mais importantes, tanto para adicionar valor às suas empresas quanto para ganharem vantagem competitiva.

Já o termo "Empresa", que na Tabela 6 foi o terceiro mais repetido pelos respondentes, representando 22,12%, na tabela 7 foi o sétimo, com 4,5%, demonstrando que, para os respondentes, questões como design, tempo de existência, localização e tecnologia não são tão importantes para promover vantagem competitiva quanto são para adicionar valor à empresa.

Os demais termos que foram citados tanto como responsáveis por adicionar valor à empresa quanto por oferecer vantagem competitiva à empresa foram clientes, atendimento e criatividade, porém, a única que apresentou nível de importância semelhante para as duas perguntas foi atendimento, que foi mencionado por 11 respondentes, quando perguntados sobre o que adiciona valor às suas empresas e por 12 respondentes, quando questionados sobre o que fornece vantagem competitiva para as suas empresas.

6. Conclusão

Este estudo teve como objetivo verificar se existe diferença estatisticamente significativa entre as percepções dos micro e pequenos empreendedores que possuem e os que não possuem familiaridade com os termos ativos intangíveis e/ou capital intelectual acerca da importância dos elementos componentes do capital intelectual. Para tanto, foram aplicados questionários a 84 micro e pequenos empreendedores participantes da Feira do Empreendedor 2012 realizada pelo SEBRAE-PE. Os dados coletados foram analisados utilizando estatística descritiva e inferencial, sendo empregado na análise inferencial o teste t-*student* considerando um nível de significância de até 5%.

Os resultados apontaram que exatamente metade dos respondentes (50%) nunca ouviu falar sobre o termo "capital intelectual", e a outra metade da amostra tinha conhecimento ou já ouviu falar sobre o termo. Para 96% dos respondentes, os 23 componentes são classificados como essenciais, muito importante ou importante. Os 23 elementos do capital intelectual foram classificados nas três categorias a seguir: capital humano, capital interno e capital externo. Os resultados mostram que a maioria dos elementos do capital externo é apontada como essencial (44%), enquanto que na catego-

DOI: http://dx.doi.org/10.15603/1982-8756/roc.v10n20p1-27

ria de capital humano e capital interno, a maioria dos elementos é considerada como muito importante (37% e 38%, respectivamente). Além disso, nas três categorias analisadas, no máximo apenas 1% dos elementos é percebido como nada importante.

As médias dos níveis de importância atribuídos pelos entrevistados aos 23 elementos do capital intelectual evidenciados na pesquisa apontaram que os quatro primeiros componentes considerados mais importantes foram satisfação dos clientes, fidelidade dos clientes, reputação do produto e reputação do negócio.

Além disso, a análise estatística inferencial, através do teste *t-student*, apontou que empreendedores que possuem familiaridade com os termos capital intelectual e/ou ativo intangível tendem a atribuir maior nível de importância aos elementos do capital intelectual satisfação dos clientes, propriedade intelectual, marca, reputação do negócio, cultura organizacional e relacionamento com fornecedores, justificando desta forma a rejeição parcial da hipótese nula de que não há diferenças na percepção dos micro e pequenos empreendedores que possuem familiaridade com os termos capital intelectual e/ou ativo intangível acerca da importância dos elementos do capital intelectual.

Na análise de conteúdo, ficou evidenciado que resultados semelhantes para as duas perguntas, quando perguntados "O que adiciona valor à sua empresa?", 47,79% dos empreendedores entrevistados mencionaram os termos "Produto/serviço" e "Funcionários" como variáveis que adicionam valor às suas empresas, e quando perguntados "O que fornece vantagem competitiva à sua empresa" 45,95% dos empreendedores entrevistados também apontaram esses termos como variáveis determinantes para as suas empresas ganharem vantagem competitiva. Isso demonstra que para os respondentes as variáveis "Produto/serviços" e "Funcionários" são as duas mais importantes, tanto para adicionar valor as suas empresas quanto para ganharem vantagem competitiva.

Como limitações, este estudo teve a restrição da amostra de participantes de apenas um evento, o que reduz a possibilidade de generalização dos resultados. Para futuras pesquisas, sugere-se que sejam incluídos outros elementos do capital intelectual, além de outras variáveis que sejam capazes de explicar os níveis de importância atribuídos a eles.

DOI: http://dx.doi.org/10.15603/1982-8756/roc.v10n20p1-27

Referências

ABEYSEKERA, I. Intellectual capital disclosure trends: Singapore and Sri Lanka, **Journal of Intellectual Capital**, vol. 9. n. 4, p. 723-37, 2008.

ANTUNES, M. T. P. A controladoria e o capital intelectual: um estudo empírico sobre sua gestão. **Revista Contabilidade & Finanças –** USP, São Paulo, n. 41, p. 21-37, mai./ago. 2006.

ASSUNÇÃO, A. B. A.; SILVA, G. S.; SILVA, N. L. R. M.; LIMA, C. S. F. Ativo intangível: *goodwill* ou capital intelectual. In: **2º. Congresso USP de Iniciação Científica em Contabilidade**, 2005, São Paulo-SP. Contabilidade, Cidadania e Responsabilidade Social, 2005.

BARROS, L. P. S. A Importância do Capital Intelectual nas Organizações e os desafios da Contabilidade para Mensuração da Criação de valor de Natureza Intangível. **Revista Pensar Contábil**, v. IX, p. 14-19, 2007.

BOWRIN, A. R. International accounting Standards and financial reporting quality in Trinidad and Tobago. **Journal of Business, Finance and Economics in Emerging Economies**, v. 3, n. 1, p. 118-150, 2008.

CARLOS FILHO, F. A.; SILVA FILHO, L. L.; SILVA, E. P.; MACIEL SILVA, I. E.; LAGIOIA. U. C. T. A Adoção das Normas Internacionais de Contabilidade Ocasionou um Maior Reconhecimento dos Ativos Intangíveis no Brasil? In: **VI Seminário UFPE de Ciências Contábeis**, Contabilidade na Gestão Organizacional: desafios presentes e futuros. Recife, 2012.

CRISÓSTOMO, V. L.: Ativos Intangíveis: estudo comparativo dos critérios de reconhecimento, mensuração e evidenciação adotados no Brasil e em outros países. **Revista Contabilidade, Gestão e Governança**. Brasília, v. 12, n. 1, p. 50-68, jan./abr. 2009.

EDVINSSON, L.; MALONE, M. S. **Intellectual Capital:** Realizing Your Company's True Value by Finding its Hidden Brainpower, HarperBusiness, New York, NY, 1997.

FILION, L. J. **O Empreendedorismo como Tema de Estudos Superiores**. Disponível em: http://inf.unisul.br/~ingo/emoreendedorismo.pdf Acesso em 03/12/2012.

FINCHAM, R.; ROSLENDER, R. Intellectual capital accounting as management fashion: a review and critique, **European Accounting Review**, vol. 12, n. 4, p. 781-95, 2003.

GERPOTT, T. J.; THOMAS, S. E.; HOFFMANN, A. P. Intangible asset disclosure in the telecommunications industry. **Journal of Intellectual Capital**, v. 9, n. 1, p.37-61, 2008.

GIULIANI, M.; BRANNSTROM, D. Defining goodwill: a practice perspective. **Journal of Financial reporting & Accounting**, v. 9, n. 2, p. 161-175, 2011.

GJERDE, O.; et al. The value relevance of adopting IFRS: evidence from 145 NPCGA restatements. **Journal of International Accounting, Auditing and Taxation**, v. 17, n. 2, p. 92-112, 2008.

GLOBAL ENTREPRENEURSHIP MONITOR – GEM. **Empreendedorismo no Brasil**. Disponível em http://gembrasil.org.br/home/?pag=detalheDestaque&id=4&PHPSESSID=e12163cc05149337b9b24e8d013556b5> 2007.

GRIMALDI, M.; CRICELLI, L. Intangible asset contribution to company performance: the "hierarchical assessment index". **The Journal of information and knowledge management systems**, v. 39, n. 1, p. 40-54, 2009.

IUDÍCIBUS, S.; MARTINS, E.; GELBCKE, E. R.; SANTOS, A. **Manual de contabilidade societária**. São Paulo: Atlas, 2010.

KAYO, E. K.; KIMURA, H.; MARTIN, D. M. L.; NAKAMURA, W. T. Ativos intangíveis, ciclo de vida e criação de valor. **Revista de Administração Contemporânea**, Curitiba, v. 10, n. 3, jul./set., 2006.

LAGIOIA, U. C. T. **Pronunciamentos Contábeis na Prática**. Atlas, São Paulo, 2012.

LEV, B. Measuring the value of Intellectual Capital. **Ivey Business Journal**. New York, mar./abr., p. 16-20, 2001.

_____. Remarks on the measurement, valuation and reporting odd intangible assets. **Economic Policy Review**, p. 17-22, set., 2003.

_____. Sharpening the intangibles edge. **Harvard Business Review (HBR) Spotlight**, p. 109-116, jun., 2004.

LHAOPADCHAN, S. Fair value accounting and intangible assets: Goodwill impairment and managerial choice. **Journal of Financial Regulation and Compliance**, v. 18. n. 2, p.120-130, 2010.

MOELLER, K. Intangible and financial performance: causes and effects. **Journal of Intellectual Capital**, v. 10, n. 2, p. 224-245, 2009.

OLIVEIRA, J. M.; Beuren, I. M. O tratamento contábil do capital intelectual em Empresas com valor de mercado superior ao valor Contábil. **Revista Contabilidade & Finanças** – USP, São Paulo, n. 32, p. 81-98, mai./ago. 2003.

ORDONEZ DE PABLOS, P. Intellectual capital reports in India: lessons from a case study, **Journal of Intellectual Capital**, vol. 6, n. 1, p. 141-9. 2005.

PAULO, E. Capital intelectual: formas alternativas de mensuração. In: **Congresso Brasileiro de Contabilidade**, 2000, Goiânia. XVI Congresso Brasileiro de Contabilidade. Goiânia: CFC, 2000.

PEREZ, M. M.; FAMÁ, R. Características estratégicas dos ativos intangíveis e o desempenho econômico da empresa. In: **ENANPAD**, 28, 2004, Curitiba. Anais... Rio de Janeiro: ANPAD, 2004. CD-ROM.

SAHUT, J.-M.; BOULERNE, S.; TEOLON, F. Do IFRS provide better information about intangibles in Europe?. **Review of Accounting and Finance**, vol. 10 Iss: 3 p. 267-290, 2011.

SANTOS, J. L.; SCHMIDT, P.; FERNANDES, L. A.; MACHADO, N. P.; PINHEIRO, P. R.; GOMES, J. M. M.; MARTINS, M. A. Capital intelectual: o recurso econômico do século XXI. **Revista de negócios business review**, set. 2008.

SCHNEIDER, A.; SAMKIN, G. Intellectual capital reporting by the New Zealand local government sector. **Journal of Intellectual Capital**, vol. 9, n. 3, p. 456-86, 2008.

SOUZA, W. J. T. O capital intelectual sob a ótica da contabilidade**. Cadernos da Escola de Negócios**, v. 4, n. 4, jan./dez., 2006.

SRIRAM, R. S. Relevance of intangible assets to evaluate financial health. **Journal of Intellectual Capital**, v. 9, n. 3, p.351-366, 2008.

STEENKAMP, N. **Intellectual Capital Reporting in New Zealand:** Refining Content Analysis as a Research Method, Auckland University of Technology, Auckland, 2007.

STEENKAMP, N.; KASHYAP, V. Importance and contribution of intangible assets: SME managers' perceptions. **Journal of Intellectual Capital**, vol. 11 Iss: 3 p. 368-390, 2010.

STEWART, T. A. **A Riqueza do conhecimento** – O capital intelectual e a organização do século XXI. Rio de Janeiro: Campus, 2002.

SULLIVAN, J. J. S. P. H. **Cronologia de eventos ligados ao capital intelectual (CI)**. Disponível em http://www.fgvsp.br. Acesso em 14/12/2012.

TOVSTIGA, G.; TULUGUROVA, E. Intellectual capital practices: a four-region comparative study, **Journal of Intellectual Capital**, vol. 10, n. 1, p. 70-80, 2009.

WERNKE, R.; LEMBECK, M.; BORNIA, A. C. As Considerações e comentário acerca do capital intelectual. **Revista da FAE**, Curitiba, v. 6, n. 1, p. 15-26, jan./abr, 2003.

WHITING, R. H.; MILLER, J. C. Voluntary disclosure of intellectual capital in New Zealand annual reports and the 'hidden value'. **Journal of Intellectual Capital**, vol. 12, n. 1, p. 26-50, 2008.

Recebido em: 14.10.2013
Aprovado em: 27.9.2014
Avaliado pelo sistema double blind review.
Editor: José Alberto Carvalho dos Santos Claro.
Disponível em http://mjs.metodista.br/index.php/roc