

INSTITUTO VALE DO CRICARÉ
FACULDADE VALE DO CRICARÉ
CURSO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO

ANDRESSON PEREIRA GOMES

**GESTÃO DO CAPITAL INTELECTUAL: UM ESTUDO DE CASO EM UMA
EMPRESA ENVAZADORA DE AGUA MINERAL**

SÃO MATEUS

2019

ANDRESSON PEREIRA GOMES

**GESTÃO DE CAPITAL INTELECTUAL: UM ESTUDO DE CASO EM UMA
EMPRESA AGUA MINERAL LITORÂNEA LTDA EPP**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Engenharia de produção da Faculdade Vale do Cricaré, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Engenharia de Produção.

Orientador: Prof.Me. Nilton Ribeiro de Oliveira

SÃO MATEUS

2019

ANDRESSON PEREIRA GOMES

**GESTÃO DE CAPITAL INTELECTUAL: UM ESTUDO DE CASO EM UMA
EMPRESA AGUA MINERAL LITORÂNEA LTDA EPP**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Engenharia de Produção da Faculdade Vale do Cricaré, como requisito parcial para obtenção do grau de Bacharel em Engenharia de produção.

Aprovado em _____ de _____ de _____.

BANCA EXAMINADORA

**PROF. NOME COMPLETO
FACULDADE VALE DO CRICARÉ
ORIENTADOR**

**PROF. NOME COMPLETO
FACULDADE VALE DO CRICARÉ**

**PROF. NOME COMPLETO
FACULDADE VALE DO CRICARÉ**

SÃO MATEUS

2019

A minha família, razão de minha
existência.

A Deus.

AGRADECIMENTOS

A Deus por essa vitória a minha família por está sempre ao meu lado apoiando e incentivando em momentos que de grande dificuldade. Ao meu orientador, Prof. Me. Nilton Ribeiro de Oliveira, pela competência e respeito com que conduziu este processo, do alvorecer da ideia até a sua síntese. À Faculdade Vale do Cricaré pelo apoio na realização desta pesquisa.

A gradeço em especial a minha mãe Maria de Lourdes de Oliveira, por ser meu porto seguro nos momentos em que eu precisei do seu colo.

Agradeço também ao meu pai José Pereira Gomes que hoje não está mais entre-nos mais sei que de onde ele estiver o seu coração está orgulhoso do seu filho ter pegado como exemplo por ele deixado a honestidade, caráter e humildade que são requisitos fundamentais para se torna homem de caráter.

A todos os professores e orientadores que acompanharam meu percurso ao longo desses últimos anos eu deixo uma palavra sincera de gratidão, porque sem essa paciência.

À minha família e amigos de verdade querem que saibam que reconheço tudo aquilo que fizeram pra mim, a força que inculcaram no meu pensamento para não desistir e o conforto em saber que não estaria só e seria capaz de realizar meu sonho por maior que fossem as dificuldades.

A diferença entre o possível e o impossível está
na vontade humana.

Louis Pasteur.

RESUMO

Em um mercado onde todos almejam aumenta seus lucros, uma boa estratégia e um bom gerenciamento de seus ativos tangíveis e intangíveis são fundamentais. Esse trabalho tem como objetivo apresentar conceitos e tipos de capital intelectual e suas vantagens competitivas em gerenciá-lo como agente transformador para o sucesso da empresa. Para isso será abordado conceitos e técnicas capazes de torna á empresa competitiva no mercado global. O problema de pesquisa tem como objetivo investigar de fato como a gestão do capital intelectual da empresa Agua Mineral litorânea pode agregar valores e uma maior produtividade no setor de envase de agua, foram usados como fonte de pesquisa livros, dissertações e monografia e informações cedidas pela empresa Agua Mineral Uai.

Palavras-chave: Capital Intelectual; competitividade; gestão.

ABSTRACT

In a market where everyone wants to increase their profits, a good strategy and good management of their tangible and intangible assets are key. This paper aims to present concepts and types of intellectual capital and their competitive advantages in managing it as a transformative agent for the company's success. For this will be addressed concepts and techniques capable of making the company competitive in the global market. The research problem aims to investigate in fact how the management of the intellectual capital of the coastal water company can add value and greater productivity in the water filling sector. Books, dissertations and monographs and information provided by Agua Mineral companyUai.

Keywords: Intellectual capital; competitiveness; management.

FIGURAS

Figura 1 - Navegador da Skandia	20
Figura 2 - Balanced Scorecard.....	21
Figura 3: Organograma das atividades de cada departamento.....	29

TABELAS E GRÁFICOS

Gráfico 1: Setor de água mineral no Brasil	23
Tabela 1: Produção de água mineral	23
Tabela 2: Ficha técnica de investigação	26
Tabela 3: Divisão de Departamentos da Agua Mineral Uai	27
Gráfico 2: Quantidade de funcionários por departamento	28
Tabela 4: Avaliação dos indicadores do capital humano	32
Tabela 5: Avaliação dos indicadores do capital relacional	33
Gráfico 3: Média dos Ativos	34

SUMÁRIO

INTRODUÇÃO	9
2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA	11
2.1 CAPITAL INTELECTUAL.....	11
2.1.2 O que é capital intelectual	13
2.1.3 Composição do capital intelectual	14
2.1.3.2 Capital Estrutural.....	16
2.1.3.3 Capital Relacional ou do Cliente	17
2.2 EVOLUÇÃO DO CAPITAL INTELECTUAL	17
2.3 TÉCNICAS PARA MENSURAÇÃO DO CAPITAL INTELECTUAL	18
2.3.1 Navegador da Skandia	19
2.3.2 Balanced Scorecard	20
2.4 CAPITAL INTELECTUAL E AS EMPRESAS ENVASADORAS DE AGUA MINERAL EM SÃO MATEUS ESPIRITO SANTO	21
3 PERCURSO METODOLÓGICO	24
3.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA.....	24
3.2 QUESTIONÁRIO	25
3.2.1 População e Amostragem	27
3.3 ÁGUA MINERAL UAI LTDA.....	29
4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE RESULTADOS	31
4.1 RELATÓRIO DO CAPITAL HUMANO	31
4.2 CAPITAL RELACIONAL OU CLIENTE	32
4.3 ANÁLISE DE COMPONENTES DO CAPITAL INTELECTUAL	33
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	35
REFERÊNCIAS	36
APENDICE A	38
APENDICE B – QUESTIONÁRIO DA PESQUISA	39

INTRODUÇÃO

Nas últimas décadas do século o mercado vem passando por um processo rigoroso e criterioso de inovação, e isso tem levado a economia das empresas há outro patamar. O capital intelectual passou a ter uma importância valiosa que se refere ao ativo físico, de uma empresa tornando-se necessário a criação de novos métodos de gestão e mensuração para este.

O capital intelectual de uma empresa vem influenciando diretamente na rentabilidade e no valor de mercado, podendo liberar recursos financeiros a fim de aumentar radicalmente a sua rentabilidade.

O conhecimento acumulado pelas empresas tornou-se um dos principais fatores na produção da economia moderna. A competitividade e a sobrevivência das organizações passaram a ser determinada pela capacidade de identificar e gerir o seu capital intelectual, experiências, descobertas e as especializações que conseguem gerar e difundir esse conhecimento. Nesse sentido o trabalho tem como objetivo contribuir para que os gestores compreendam e ressalte cada vez mais a importância do uso do capital intelectual uma vez que a empresa tem como objetivo desenvolver de forma eficiente.

O grande desafio passa a ser mensurar e avaliar o Capital Intelectual de forma correta e coerente. Este ativo capital intelectual, quando não é bem administrado e avaliado acaba se perdendo nas mentes das pessoas, sendo assim esse estudo de caso tem por objetivo conceituar o capital Intelectual e suas vertentes demonstrando métodos de mensuração e avaliação.

O capital intelectual pode ser uma nova teoria, mas, na prática está presente há nos como uma de forma de bom senso. Sempre se esquece aquele valor resultante do quociente entre o valor de mercado de uma empresa e o seu valor contábil porém, até recentemente, sempre supôs-se que essa diferença fosse um fator inteiramente subjetivo, movido por focos, informações privilegiada a respeito de lançamento de produtos e uma sensibilidade apurada em relações as perspectivas de uma empresa (EDVINSSON e MALONE, 1998, p. 11).

Logo, mensurar o capital intelectual de empresa se torna imprescindível para o seu sucesso em um cenário de constante mudança e de extrema competitividade, saber gerir esse ativo é de suma importância para buscar novas habilidades. Este

trabalho tem como objetivo mostrar uma alta relevância, pois demonstra técnica indispensável para melhorar o conhecimento e mudanças na gestão do capital intelectual na Água mineral litorânea.

É possível dizer que em empresas de porte menores ou em fase de evolução possa ter um baixo aproveitamento uma baixa exploração conhecimento, do seu capital intelectual, no entanto sustentando a ideia de que este é muito importante qualquer empresa, em um mercado cada vez mais competitivo se torna um requisito indispensável para a sobrevivência da empresa, formula-se o seguinte problema: a gestão do capital intelectual de forma competitiva na empresa Água mineral litorânea?

Partindo da hipótese que uma empresa em crescimento deve buscar todo o conhecimento que possa auxiliar na qualidade de seus produtos e serviços, é importante que o seu capital intelectual seja gerido de forma eficiente e constante e otimizado conforme a empresa se expande, permitindo que esse crescimento esteja ligado intimamente com a valorização que se pode dar ao capital intelectual.

Nesse sentido, o trabalho tem como objetivo contribuir para que os gestores compreendam, e ressalte cada vez mais a importância do uso da capital intelectual uma vez que a empresa tem como objetivo desenvolver com de forma eficiente.

O objetivo dessa pesquisa foi analisar as condições com que a empresa Água Mineral Litorânea, mensura o uso e a aplicação do capital intelectual para buscar o desenvolvimento e uma melhora em sua produtividade, tendo como objetivo específico: Analisar abordagem conceituais do capital intelectual, pesquisar cenário atual sobre a evolução do seu capital intelectual, Estudar variáveis humana e tecnologia, necessária para o desenvolvimento do capital intelectual na empresa e apresentar as formas de mensuração do capital intelectual nas organizações.

O trabalho foi desenvolvido em 3 capítulos o primeiro é apresentado o referencial teórico, e no segundo a metodologia da pesquisa usada para a elaboração da pesquisa e por último apresentar os resultados da pesquisa feita e considerações finais.

2 REVISÃO BIBLIOGRÁFICA

2.1 CAPITAL INTELECTUAL

O capital intelectual tem sido nas últimas décadas um fator decisivo para empresas, e a não identificação, e, sua gestão seria uma desatenção com a própria empresa. Partindo desse princípio, uma boa prática para uma organização seria a identificação, explorar e gerir esse ativo, colocando a capacidade de criação e o seu poder de criar estratégias capazes de tornar a empresa mais competitiva no cenário atual.

2.1.1 Evolução histórica do capital intelectual

A origem do Capital Intelectual nasceu com a Sociedade do Conhecimento, descritas por uma série de mudanças e transformações. No entanto, o uso da palavra Capital Intelectual é muito recente em termos de publicação.

Crawford (1994) orienta que na estrutura do conhecimento, as riquezas humanas e não o capital físico e financeiro estabelece vantagens competitivas das organizações, e o controle deve potencializar a preparação de colaboradores altamente especializados.

Chiavenato (2004), Capital intelectual é a somatória de tudo o que você sabe. Em termos empresariais, a maior riqueza de uma empresa é algo que entra e sai pelas suas portas todos os dias, ou seja, são as aptidões que as pessoas trazem em suas mentes – quer seja sobre produtos, serviços, clientes, processos, técnicas.

Segundo Antunes (200, p. 81), sabe-se que o primeiro assunto publicado utilizando o conceito de Capital Intelectual foi em 1994 por Thomas Stewart. No entanto, definir ou explicar o capital intelectual tem sido alvo de diversos pensadores.

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

serutilizada para gerar riqueza. Peter Drucker (1996), em seus trabalhos científicos investigou o poder da informação como resultante de ações de sucesso, decorrente ao estabelecimento e continuação das empresas no mercado. Quanto mais cedo alcançarmos conhecimento avançados, maiores serão as chances de criar, planejar, controlar, resolver ou possibilitar o presente.

No processo evolutivo de gestão de pessoas, é possível destacar cinco fases que mostram a evolução do profissional do setor de recursos humanos, que deu início em 1930.

A fase contábil como é descrita veio como um marco na história das empresas e um dos seus principais papéis era gerenciar os custos das organizações. Os colaboradores por sua vez eram vistos como número dentro da empresa.

Segundo (MARRAS, 2011), os trabalhadores eram vistos exclusivamente sob o enfoque contábil: comparava-se a mão de obra e, portanto, as entradas e saídas provenientes dessa conta deveriam ser registradas contabilmente.

A fase legal surgiu e trouxe um profissional com a função de chefe de pessoal, e tinha como sua principal função acompanhar e manter sob controle o cumprimento das leis trabalhistas criadas pelo então presidente da República Getúlio Vargas - (CLT).

O poder até então unicamente centrado na figura dos feitores (chefes de produção) sobre os empregados passou para as mãos do chefe de pessoal pelo domínio exercido sobre as regras e normas jurídicas impostas pela Consolidação das Leis do Trabalho (CLT) (MARRAS, 2011).

A terceira fase a tecnicista ocorreu entre os anos de 1950 a 1965 trouxe com ela o modelo americano de gestão de pessoas promovendo mudanças nos organogramas das empresas, a partir de então o setor de recursos humanos (RH), passou a ser responsável entre outras, pela seleção de pessoas, treinamento, cargo e salário como um cenário competitivo (MARRAS, 2011).

Afirma (MARRAS, 2011), foi nessa fase que a área de RH passou a operacionalizar serviços como os de treinamento, recrutamento e seleção, cargos e salários, higiene e segurança no trabalho, benefícios e outros.

De 1965 a 1985, iniciou-se a fase administrativa dando início a uma grande revolução dos trabalhadores da época, com a implantação de sindicato. Assim ocorreram mudanças no setor gerencial trazendo de volta o profissional gerente de pessoal com o foco voltado para o lado mais humanista.

Segundo (MARRAS , 2011), nessa fase registrou-se nova mudança – significativa – na denominação e responsabilidade do até aqui gerente de relações industriais: o cargo passou a ser chamar de gerente de recursos humanos. Pretendia-se com essa mudança transferir a ênfase em procedimentos burocráticos e puramente operacionais para responsabilidade de ordem mais humanística, voltadas para o individuo e suas relações (com os sindicatos, a sociedade etc.).

A quinta fase conhecida como “estratégica” teve inicio em 1985 até a atualidade, e deu seus primeiros passos com os primeiros programas de planejamento, que estão ligados diretamente ao planejamento estratégico da empresa.

2.1.2 O que é capital intelectual

Afirma (SITA , 2013), O papel de um líder junto aos indivíduos que compõem as equipes é imprescindível, pois sua interação é um dos principais fatores responsável pela motivação da equipe, gerando uma visão de futuro comum. Quanto mais claro o líder tiver em mente a sua visão de dentro da organização e de sua vida como um todo, mais fácil fica para que se possa traçar um caminho a ser percorrido.

O capital intelectual se manifesta como um valor dado e criado por pessoas e sua capacidade de agregar conhecimento que agrega algum valor para um determinado processo ou ate mesmo em uma sociedade como um todo.

Dessa forma afirma (EDVINSSON e MALONE, 1998), o mesmo acontece com o capital intelectual. Mesmo entre a crescente fileira de adeptos do CI, a magnitude da revolução financeira representada pelo capital intelectual frequentemente não é compreendida.

O capital intelectual e o conjunto de conhecimento e habilidade que juntas formam o capital humano, capital estrutural e capital relacional, que tornou-se matéria prima para vantagem competitiva das organizações no mercado.

Afirma (CHIAVENATO, 2009), é o capital de gente, talentos e competência. A competência de uma pessoa envolve a capacidade de agir em diversas situações, tanto para criar ativos tangíveis como intangíveis. Não basta ter pessoas. Torna-se necessário ter uma plataforma que sirva de base e um clima que impulse as pessoas e utilize os talentos existentes.

O capital intelectual de uma empresa vem influenciando diretamente na rentabilidade e no seu valor de mercado, podendo liberar recursos financeiros a fim de aumentar radicalmente a sua rentabilidade, tornando-a mais competitiva no mercado, nesse contexto afirma (SCHMIDT e DOS SANTOS, 2002), o capital intelectual, consiste no conhecimento que foi adquirido e transformado pelas pessoas, como o objetivo de produzir ativo de maior valor para a organização, como a satisfação de um cliente.

Afirma (EDVINSSON e MALONE, 1998), em uma era que não somente empresas, mas categorias inteiras de produtos podem alterar diariamente seu relacionamento e suas participações relativas no mercado, demonstrativo de resultado e balanços patrimoniais.

(CHIAVENATO , 2014), A construção dessas competências depende não apenas de pessoas que trabalham na empresa, mas principalmente da maneira como os administradores com as pessoas, promovem o conhecimento desenvolvendo habilidades em seus subordinados e criam atitudes empreendedoras neles. Nada acontece sem a intervenção ativa, proativa e intensiva dos administradores.

2.1.3 Composição do capital intelectual

Divide-se o capital intelectual em três grandes grupos que relacionados formam o capital intelectual são eles: capital humano, capital estrutural e capital relacional ou do cliente, desta forma o tripé do capital intelectual tem suas áreas distintas porém impossível ser compreendido sem nenhum conhecimento dessas áreas.

Segundo (CHIAVENATO, 2009), o conhecimento é fundamental nesse jogo. Enquanto o capital físico se deprecia com o uso, o conhecimento se valoriza cada vez mais. A riqueza de conhecimento de uma pessoa não diminui se ela compartilha com os outros.

2.1.3.1 Capital Humano

O capital humano é formado por toda a capacidade de criação e inovação vinda do ser humano, o que o torna único dentro de uma organização. Essas habilidades juntadas de um nível de experiência, trocadas dentro da empresa entre seus colaboradores como maior prática, forma um conjunto de valores e conhecimento que, se identifica como capital humano, o que se entende de tal procedimento é o fato de que o Capital Intelectual é pertencente ao intelecto que só os seres humanos possuem.

De acordo com Stewart (1998, p. 75) ele é o ativo mais importante da empresa. Por isso o capital humano é considerado o começo de tudo, tornando-se a fonte de inovação para as empresas.

Para (CHIAVENATO, 2014), talentos são pessoas especiais, e preciosas que possuem competências distintas e relevantes para o negócio da empresa. A diferença entre pessoas e talento está na posse de competência individuais e valiosa para o sucesso do negócio.

De acordo com Stewart (1998, p. 75) “ele é o ativo mais importante da empresa. Por isso o capital humano é considerado o começo de tudo, tornando-se a fonte de inovação para as empresas”.

Desta forma afirma (EDVINSSON e MALONE, 1998), toda capacidade, conhecimento, habilidade individual dos empregados e gerentes estão incluindo no termo capital humano. Mas ele precisa ser maior que simplesmente a soma dessas medidas, para se ter um ambiente competitivo em constante mudança.

As pessoas são o principal ativo das empresas. Isso porque os processos só funcionam se houver profissionais capacitados dispostos a entregar um resultado que faça sentido para eles e para a empresa. Nesse contexto, a gestão do capital humano é de extrema importância, cabendo aos líderes e ao setor de gestão de pessoas conduzirem de forma que os resultados sejam contemplados pela organização.

Em seu conjunto, as pessoas constituem o capital humano da organização. Esse capital pode valer mais ou menos na medida em que contem talentos e competências capazes de agregar valor à organização e torná-la mais ágil e competitiva. Portanto, esse capital vale mais na medida em que consiga influenciar ações e os destinos da organização. Para isso, a organização precisa utilizar intensivamente quatro alavancadores indispensáveis: Autoridade, informação, recompensas, competência, (CHIAVENATO, 2009, p. 70 a 71).

Stewart (1998, p. 95) “diz que quando as pessoas trabalham juntas em uma empresa, elas criam algo que vale mais do que a soma de seus esforços individuais. É isso que fortalece o capital humano nas organizações”.

Assim, nota-se que o Capital Humano é a força motriz, sendo percebido quando a organização faz uso do que as pessoas sabem, permitindo que as pessoas tornem o conhecimento privado em público, estimulando a troca de informações.

Para (STEWART, 1998) No entanto, está claro que os gastos com equipamentos que criam, codificam, manipulam e distribuem informações tornaram-se mais produtivos do que os investimentos em equipamentos para produção e transporte de bens materiais.

2.1.3.2 Capital Estrutural

O capital estrutural pode ser identificado como o conjunto de estruturas que permite a empresa funcionar de modo efetivo.

Para (EDVINSSON e MALONE, 1998), o capital estrutural pode melhor ser descrito como o arcabouço, *empowerment*, e a infraestrutura que apoiam o capital humano. Ele é também a capacidade organizacional, incluindo os sistemas físicos utilizados para transmitir e armazenar conhecimento intelectual.

Stewart (1998, p. 113), “Na verdade, o capital estrutural produto da inteligência humana, se baseia em pessoas dispostas a compartilhar conhecimento, e compartilhar é sempre voluntário”. Isto é, o indivíduo dentro da sua tarefa é quem produz serviços e mercadorias com excelente qualidade.

Os equipamentos de informática, os softwares, os bancos de dados, as patentes, as marcas registradas e todo o resto da capacidade organizacional que apoia a produtividade daqueles empregados - em poucas palavras, tudo o que permanece no escritório quando os empregados vão para casa. O capital estrutural também inclui o capital de clientes, o relacionamento desenvolvido com os principais clientes. Ao contrário do capital humano, o capital estrutural pode ser possuído e, portanto, negociado. (EDVINSSON e MALONE, 1998, p. 10)

Stewart (1998, p. 98) diz que o capital estrutural pertence à empresa como um todo. Parte do que pertence à categoria de capital estrutural tem direitos legais de propriedade: tecnologias, invenções, publicações e processos podem ser patenteados.

2.1.3.3 Capital Relacional ou do Cliente

O capital do cliente é difícil ser administrado por se tratar de pessoas assim como o (capital humano), essa relação com o cliente se manifesta de varias formas, entre elas a confiança e sensibilidade para manter essa relação, essa relação é de grande importância para a empresa uma vez que se trata de um bem muito valioso.

De acordo (STEWART, 1998), diz que o capital cliente, como é muito semelhante ao capital humano, não se pode possuir os clientes, do mesmo modo que não se pode possuir pessoas. Dessa maneira, uma organização pode investir em funcionários não apenas para aumentar seu valor como indivíduos, mas também para criar ativos de conhecimentos para a empresa como um todo, a empresa e seus clientes podem aumentar o capital intelectual que é sua propriedade em conjunto e em particular.

Para (STEWART, 1998, p. 128) coloca que Capital do Cliente é “o mais mal administrado de todos os ativos intangíveis”. A busca por clientes fiéis e sólidos é o principal desafio no mercado atual, alguns fatores podem contribuir para sua retenção como: inovação, conhecimento de suas necessidades, saber antecipar soluções e investimento no pós-venda que contribuem substancialmente para a satisfação e lealdade para com a marca e produtos da empresa. Seria interessante, sugerindo que o relacionamento de uma empresa com os seus clientes é distinto das relações mantidas com os empregados e parceiros estratégicos, e, também que esse relacionamento é de importância fundamental para o valor da empresa.

O modelo original da skandia coloca sob o capital estrutural o valor do relacionamento com os clientes. No entanto é interessante observar que, em um modelo de CI recentemente desenvolvido e refinado por Saint-Onge no CIBC, o capital de clientes é desdobrado como uma categoria separada, equivalente ao capital estrutural e ao humano. (EDVINSSON e MALONE, 1998, p. 33).

2.2 EVOLUÇÃO DO CAPITAL INTELECTUAL

O capital intelectual originou-se junto a sociedade levado por uma serie de mudanças e transformações, caracterizadas por habilidades competência e comportamentos do individuo. Em 1930, iniciou-se a evolução da gestão de pessoas passando por cinco fases que são: contábil, legal, tecnicista, administrativa e estratégica, (MARRAS , 2011).

Nessas mudanças houve uma migração de ativos tangíveis e físicos para ativos intangíveis. Os recursos físicos (como maquinas, equipamentos, prédios, matérias-primas, tecnologias etc.) e financeiros (capital inicial e capital de giro) são inerentes estáticos e passivos (CHIAVENATO, 2009).

Para (CHIAVENATO, 2009), é que o capital financeiro está cedendo lugar para o capital intelectual. O conhecimento – mais do que o dinheiro está tornando – se o recurso mais valioso.

O verdadeiro avanço na pesquisa sobre o capital intelectual ocorreu em maio de 1995, enquanto a Skandia, maior companhia de seguros e de serviços financeiros na Escandinávia, após muitos anos de trabalho interno e pioneiro, emitiu o primeiro relatório anual publico sobre capital intelectual, apresentado como suplemento ao relatório financeiro (EDVINSSON e MALONE, 1998)

É difícil encontrar um único setor, empresa ou organização de qualquer espécie que não tenha passado a fazer uso intensivo da informação – que não tenha se tornado dependente do conhecimento [...], e da tecnologia da informação, como instrumento gerencial(STEWART, 1998, p. 17)

Afirma (EDVINSSON e MALONE, 1998), Mas, acima de tudo, o capital intelectual é inevitável porque somente ele, entre todos os modelos para mensuração do desempenho corporativo, perfura a superfície e expõe o valor real. Procedendo dessa maneira, ele restaura tanto o bom senso quanto a equidade que devem prevalecer na economia.

2.3 TÉCNICAS PARA MENSURAÇÃO DO CAPITAL INTELECTUAL

Para que o administrador de empresa possa gerir de eficientemente o capital intelectual de uma empresa, e, assim torná-la mais competitiva no mercado aumentando seu poder de criação. Não passa somente pela identificação e estruturação, mastambém pela mensuração do capital intelectual da sua empresa, e

ainda por meio de aplicação de variáveis que possa determina quantia econômica do capital da sua organização.

(EDVINSSON e MALONE, 1998), assegura que:

O desafio, portando, é assegura que o capital intelectual seja merecedor deste importante papel. Isso significa que ele precisa realizar o que se propôs: registrar o valor real de uma organização. E para conseguir isso, qualquer relatório de capital intelectual deve ser um documento com vida, dinâmico humano. Ele não conter apenas os indicadores relevantes, mais apresentar igualmente essas medidas de maneira intuitivamente compreensível, aplicável e mesmo comparável entre os diversos empreendimentos.

Nesse sentido afirma (EDVINSSON e MALONE, 1998), a pessoa que ler um relatório de capital intelectual pela primeira vez precisa captar uma perspectiva mais ampla de suas mensagens. Nenhuma simples lista de avaliações, não importando a perfeição que for apresentada, atenderá a tal exigência.

Um dos métodos desenvolvido para mensura o capital intelectual é o navegador da Skandia ele foi projetado a fim de valorizar o setor de serviços.

Afirma (EDVINSSON e MALONE, 1998), essa primeira publicação levou a uma série de relatórios, culminando em 1992 com um estudo de como avaliar as organizações de serviços. Esse novo tratado abriu a possibilidade de uma nova abordagem gerencial que enfatiza o desenvolvimento e o estímulo dos elementos não-financeiro da empresa de serviços.

Ainda de acordo com autor analisar esse a relação entre os componentes do capital intelectual e o seu potencial de valor e vantagens competitivas para a organização apresenta alguns modelos de mensuração desse ativo mais encontradona literatura especializada, a seguir será mostrada algumas delas.

2.3.1 Navegador da Skandia

segundo, (EDVINSSON e MALONE, 1998), essa foi a primeira ferramenta desenvolvida para mensurar o capital intelectual, foi criada pela Skandia em Skandinávia em 1991 quando começaram a desenvolver para o seus produtos uma estrutura organizacional e estão focadas em 5 areas distintas.

Figura 1 - Navegador da Skandia



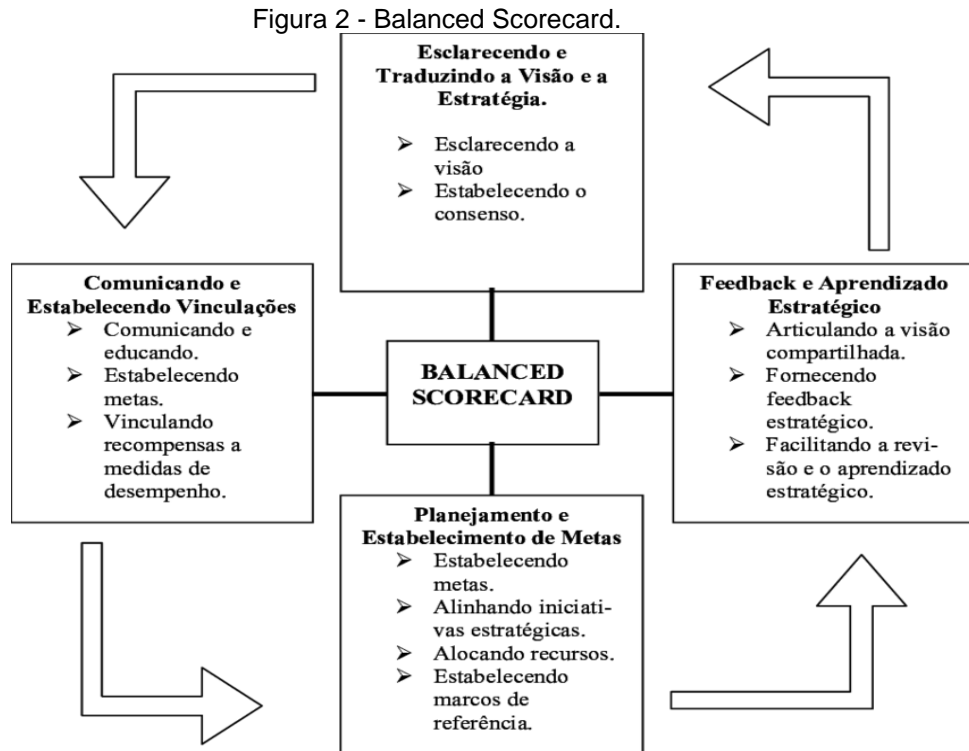
Fonte: Edvinsson e Malone (1998)

Edvinsson e Malone (1998) listam as principais características de cada foco:

- Foco financeiro: constitui o passado da empresa, uma medida exata de onde ela estava no momento específico. Os indicadores desse foco são, na maior parte das vezes, bem sucedidos.
- Foco no Cliente: avaliando uma categoria distinta de capital intelectual.
- Foco no processo: uma da avaliação maior correspondente ao capital estrutural.
- Foco na Renovação e Desenvolvimento: os índices nessa região medem não apenas a qualidade do preparo da empresa para o futuro é por meio de treinamento dos empregados, desenvolvimento de novos produtos e ações semelhantes.

2.3.2 Balanced Scorecard

Segundo (TAVARES DE FARIAS, 2007), o Balanced Scorecard é instrumento ideal para empresas que o propósito de transformar sua estratégia em ação, por meio de objetivos, indicadores de desempenho, em uma aplicação integrada de medidas.



Fonte: Tavares Farias (2007)

Quando junta nessas quatro perspectivas permitem analisa de acordo com uma visão atual e futura do comportamento do negocio ocasionando estabilidade aos seguintes quesitos:

- Objetivo de curto prazo x objetivo de longo prazo;
- Indicadores financeiros x indicadores não financeiros
- Medições com foco externo (acionista, clientes) x foco interno (processos internos de negocio, inovação, aprendizado);
- Medições de resultado de esforços passados x impulsionadores de desempenho futuro.

Para (KAPLAM, e NORTON, 1997), “o sistema de medição deve torna explícitas as relações (hipóteses) entre os objetivos (e as medidas) nas variáveis perspectivas, para que elas possam ser gerenciadas e avaliadas”.

2.4 CAPITAL INTELECTUAL E AS EMPRESAS ENVASADORAS DE AGUA MINERAL EM SÃO MATEUS ESPIRITO SANTO

No modelo capitalista, as organizações querem sempre estar à frente de seus concorrentes, seja através de seus demonstrativos contábeis e financeiros ou estrutura, porém poucos se atentam para a importância do capital intelectual, investir nesse capital já garante um diferencial em relação a outras empresas do setor.

Para acompanhar a alta competitividade no mercado, foi elencado um conjunto de indicadores econômicos capazes de refletir os níveis de desempenho, e de concorrência dos setores estudados, e que por sua disponibilidade, podem ser acompanhado ao longo desse estudo. Expostos em gráficos, estes indicadores e são demonstrativos do crescimento do setor de envase de água mineral, facilitando a análise crítica da variação da capacidade de concorrência e sustentabilidade da indústria. Refere-se à produção, consumo e variados de produtos, valor da transformação, crescimento do número de empresas e empregos.

Em complementação à análise do desempenho medido pelos indicadores selecionados, promoveram-se, fóruns de competitividade para discussão dos setores industriais como empresários e representantes de entidades de promoção do desenvolvimento industrial no estado. Os fatores de competitividade, internos, às empresas que orientar essas discussões e que serão abordados neste estudo. A proposta foi solicitar ao empresariado uma avaliação da conjuntura atual dos setores as perspectivas de desempenho em 2017

Segundo (FRASÃO, 2009), a Associação Internacional de Águas Engarrafadas indicam que o Brasil ocupa o 4º lugar no ranking mundial de produtores. Consome mais água engarrafada que países como Itália, Alemanha, França e Espanha. E fica atrás dos Estados Unidos, México (que crescem, em média, 8,5% ao ano) e da China, cuja demanda aumenta 17,5% a cada ano. A taxa média de crescimento mundial é de 7,6% ao ano. Em 2007, por exemplo, foram consumidos 206 bilhões de litros de água vendida em garrafa. O mercado faturou cerca de US\$ 100 bilhões naquele ano.

Como base nos gráficos pode-se afirmar o mercado de água mineral vem crescendo gradativamente, junto com o crescimento aumenta também o nível de competitividade das empresas querendo se destacar no mercado conquistando clientes e dominando parte do mercado.

Junto com o crescimento do consumo de água mineral aumenta-se também a oferta de empregos e com isso a busca para preencher essas novas

vagas de emprego se torna mais criteriosa segue a baixo o gráfico de crescimento das ofertas de emprego.

Gráfico 1: Setor de água mineral no Brasil



Fonte: Frazão (2009)

As empresas de envase de água mineral do Espírito Santo tiveram em 2015 uma produção de 113.535,00 litros de água mineral e essa produção teve um faturamento de 20.734.285 reais, no Espírito Santo os dados foram emitidos por municípios como mostra a tabela a seguir.

Tabela 1: Produção de água mineral

Município	Estabelecimentos	%	Funcionários	%	Funcionários/ Empresas
Alfredo Chaves	1	7,7%	23	7,2%	23,0
Cachoeiro de Itapemirim	1	7,7%	16	5,0%	16,0
Domingos Martins	4	30,8%	52	16,2%	13,0
Linhares	2	15,4%	69	21,5%	34,5
Marechal Floriano	1	7,7%	71	22,1%	71,0
São José do Calçado	1	7,7%	26	8,1%	26,0
São Mateus	2	15,4%	49	15,3%	24,5
Serra	1	7,7%	15	4,7%	15,0
Total	13	100,0%	321	100,0%	24,7

Fonte: RAIS 2015/MTE

3 PERCURSO METODOLÓGICO

A metodologia não se trata apenas de uma proposta de pesquisa, ou apresentação de procedimentos. Caracteriza-se como um estudo exploratório na habilidade exercida sobre o capital intelectual com o propósito de evidenciar os conceitos na gestão. O cenário atual da empresa aqui mencionada. Pretende conhecer aplicabilidade. Depois da revisão literária venho com a incidência detalhada sobre o que é o capital intelectual, e suas vertentes, passando a apresentar aspecto metodológico que se enquadra em um estudo de caso considerando os caminhos e resultados definidos.

A firma (GIL, 2016), o conhecimento só pode ser considerado científico se forem identificadas as ações que viabilizaram a sua investigação, isto é, se for possível determina o método usado que proporcionou colher as amostras e definir um resultado.

Baseado nisso, o estudo apresentará nesse capítulo, o tipo de pesquisa adotada, com o objetivo de contextualizar o tema e aplicabilidade do estudo. O projeto de pesquisa, técnicas, amostra e populações, a maneira com que cada dado foi coletado, e o motivo no qual levou para a escolha do tema e da empresa pesquisada, Como o objetivo de analisar os diversos caminhos a serem percorridos, e demonstrar a importância do conhecimento e a gestão do seu capital intelectual e modelos de mensuração.

Com relação às técnicas, essa investigação tem base um estudo de caso da empresa Agua Mineral Litorânea, o que permitiu ser pesquisado a fim de obter maior número de dados para aprofunda esse estudo.

(GIL, 2016), as pesquisas exploratórias têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores.

3.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA

Na primeira etapa de estudo foi desenvolvido um estudo bibliográfico sobre o capital intelectual, seus conceitos e característica deram um embasamento, á pesquisa. Em seguida, uma divisão com base no mesmo objetivo deixando claro que trata-se de uma pesquisa exploratória, descritiva e explicativa.

Caracteriza-se essa pesquisa como sendo exploratória por tratar de um estudo correspondente com fontes obtidas em outros estudos, artigo, dissertação, livros, revistas e documentos eletrônicos pertinentes ao tema, buscando sempre responder o problema proposto.

Afirma (GIL, 2008). Como qualquer pesquisa, ela depende também de uma pesquisa bibliográfica, pois mesmo que existam poucas referências sobre o assunto pesquisado, nenhuma pesquisa hoje começa totalmente do zero. Haverá sempre alguma obra, ou entrevista com pessoas que tiveram experiências práticas com problemas semelhantes ou análise de exemplos análogos que podem estimular a compreensão.

Descreve uma experiência, uma situação, um fenômeno ou processo analisando com a coleta de informações pelo o questionário que foi aplicado aos funcionários da empresa.

Para (GIL, 2008), as pesquisa de tipo tem como objetivo primordial a descrição das características de determinada população ou fenômeno ou o estabelecimento de relações entre variáveis. São inúmeros os estudos que podem ser classificados sob esse título e uma de suas características significativa está na utilização de técnica padronizada de coletas de dados.

A pesquisa explicativa tem como principio esclarecer fatos, situação e atitudes, ela depende de interpretação o que acarreta subjetividade.

Para (GIL, 2008), este é o tipo de pesquisa que mais aprofunda o conhecimento da realidade, porque explica a razão, o porque das coisas. Por isso mesmo é o tipo mais complexo e delicado, já que o risco de cometer erros aumenta consideravelmente.

3.2 QUESTIONÁRIO

O questionário em quanto método de apuração, contém em sua formação levantamento afirmativo selecionado no decorrer do estudo. Estabeleceu-se esse

formato de coleta de dados por apresentar uma maior facilidade de análise de dados, é o confronto necessário entre as respostas e padronização. Além desses proveitos Há também de garantir o anonimato proporcionando uma imparcialidade para responder de forma voluntaria e precisa no momento em que jugar necessário (dentro de um prazo determinado pelo pesquisador).

As respostas é o que irão proporcionar os dados requeridos para descrever as características da população pesquisada ou testar as hipóteses que foram construídas durante o planejamento da pesquisa. Assim, a construção de um questionário precisa ser reconhecida como um procedimentotécnico cuja elaboração requer uma série de cuidados(GIL, 2016).

Com os dados coletados, foi possível chegar a um resultado associado a o objetivo do estudo. Dentre eles, analisar até que ponto os entrevistados concordam que uma administração eficiente sob o capital intelectual fator decisivo para um resultado que corrobora para o sucesso e para a competitividade da empresa. O questionário é composto por 20 questões iguais para todos os colaboradores que visa coletar dados para uma análise sobre o capital estrutural, capital relacional e capital humano. Esse grupo de questão permitiu reunir um conjunto de dados para um estudo seguinte mais resumido.

As questões foram compostas de condição afirmativa onde o perguntado, analisaria e atribuiria uma nota de 1 a 4, sendo que 1 = discordo inteiramente, 2 = discordo parcialmente, 3= concordo parcialmente 4 = concordo plenamente.

O questionário foi entregue em mãos aos funcionários da empresa, de setores diferentes e novembro de 2019, junto a ele um termo de autorização esclarecendo detalhes da pesquisa e seu objetivo.

Todos os funcionários que participaram da pesquisa devolveram seu questionário dois dias após a sua entrega, todos os questionários foram recolhidos na empresa juntos aos funcionários que responderam ao questionário.

A tabela a seguir mostra em qual condição foi realizada a pesquisa.

Tabela 2: Ficha técnica de investigação

População	Funcionários
Âmbito Geográfico	Envazadora de agua
Amostra	Departamentos Diversos

Números de questionários recebidos	8
Método de obtenção de informação	Questionário entregue em mãos
Taxa de respostas	100%
Margem de erro	24.95%
Nível de confiança	90%
Data do trabalho em campo	Novembro de 2019

Fonte: autoria própria

As perguntas do questionário foram direcionadas para todos os setores da presidência ao o operacional, a fim de conhecer e analisar a importância do seu capital intelectual e de qual forma ele é tratado, e se a empresa gera e incentiva os funcionários o conhecimento. Foram aplicados em todos os setores da empresa, pois um dos objetivos da pesquisa e saber qual é o nível de conhecimento, de seus funcionários e direção da empresa tem sobre o que se refere o capital intelectual,

3.2.1 População e Amostragem

O processo de amostragem compreende as etapas da pesquisa de maneira a construir o processo, de métodos e definição para alcançar as dimensões que refletem o resultado alvo.

Para (GIL, 2016), é o conjunto definido de elementos que possui determinadas características. Comumente fala-se de população com referência ao total de habitantes de um determinado lugar.

Baseando-se na influência do capital intelectual, e, considerando a importância estratégica para maior produtividade da empresa essa pesquisa, foca em quatro setores considerados importantes para justificar a pesquisa.

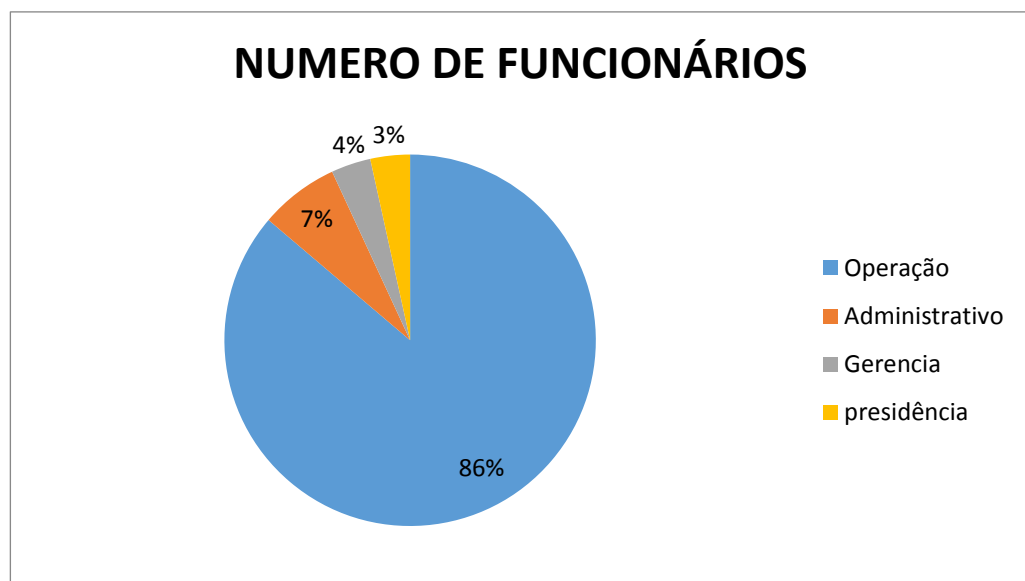
Tabela 3: Divisão de Departamentos da Água Mineral Uai

Departamento	Numero de Funcionários
Operação	25
Administrativo	2
Gerencia	1
Presidência	1

Fonte: autoria própria

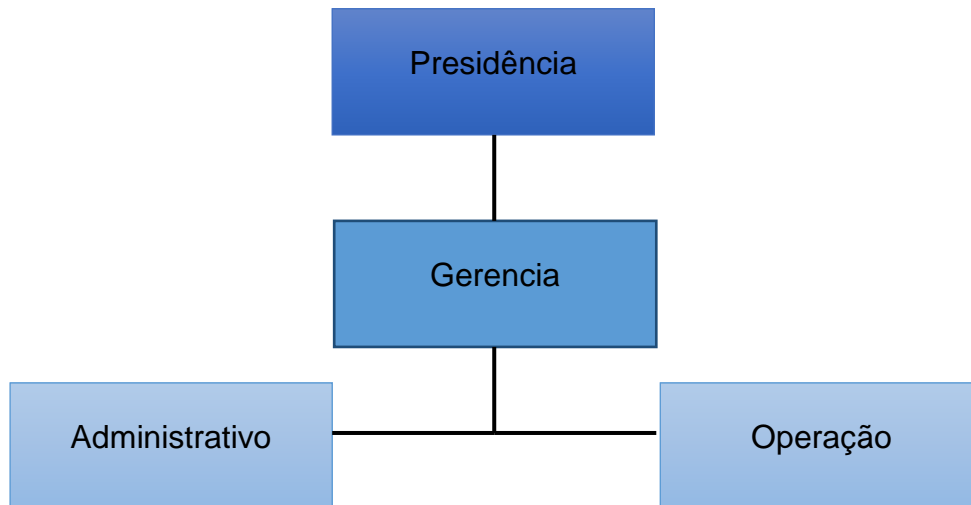
O gráfico a seguir mostra a distribuição de funcionários por departamento, sendo 86% na Operação, 7% no Administrativo, 4% na Gerencia e 3% na presidência o gráfico demonstra que 86% dos 29 funcionários atuam no setor de operação (GRÁFICO 3).

Gráfico 2: Quantidade de funcionários por departamento



Todos os colaboradores são fontes vitais para o bom andamento do processo da empresa, embora o montante de funcionários seja menor todos os colaboradores exercem seu papel único e importante dentro do processor de envaze da Agua Mineral. (EDVINSSON e MALONE, 1998), diz que, “o conhecimento, a experiência o poder da inovação e habilidade dos empregados de uma companhia para realizar as tarefas do dia-a-dia inclui também os valores a cultura e a filosofia da empresa”.

Figura 3: Organograma das atividades de cada departamento



Fonte: autoria própria

A distribuição faz uma classificação de setores que é primordial para a empresa alcançar seus resultados. Toda estrutura das funções dentro da organização colabora para o planejamento detalhado do processo até a sua execução dando direcionamento e responsabilidade a seus colaboradores controlando metas em busca do objetivo a ser alcançado.

A escolha da empresa Água Mineral UAI deu-se por se tratar de uma empresa em amplo crescimento na região o que faz necessário um estudo crítico sobre a gestão do capital intelectual, a fim de ser usado como ferramenta para de competitividade para melhor se posicionar dentro do mercado do setor. Com base nesse estudo pode ter de uma visão ampla do capital intelectual de sua empresa, e assim planejar de forma estratégica com dados reais e efetivos, identificando problemas e buscando soluções curto espaço de tempo.

3.3 ÁGUA MINERAL UAI LTDA

Surgiu em 2004 em São Mateus-ES as margens da rodovia BR-101 no bairro Litorâneo, como o objetivo de ingressar no mercado de envase de água mineral, dotada de uma infraestrutura sólida a empresa conta com um quadro de 29 colaboradores, é uma empresa jovem no mercado de envase de água mineral, porém vem se destacando no setor. Desenvolvendo seu papel junto à sociedade

local, e contribuindo para o desenvolvimento capixaba no mercado de envaze de água mineral.

Com uma gestão séria e comprometida com o desenvolvimento, a empresa vem galgando o seu espaço no mercado atraindo de forma estratégica novos clientes nos estados vizinhos. Com o intuito de alavancar de forma significativa, seus negócios a empresa vem desenvolvendo estudos de tecnologia para aumentar a captação de água mineral e conseqüentemente aumentar sua produtividade e seus lucros.

Os principais processos para o envaze são:

- Descarga de garrafões trazida pelo cliente
- Higienização
- Envaze da água
- Carregamento

4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DE RESULTADOS

Uma forma de apresentar esse estudo e mostrar o cenário com indicadores de capital intelectual na atualidade da Agua Mineral Uai LTDA. Dessa forma o conjunto de dados selecionados foi satisfatório para analisar parâmetros que relacione ao capital intelectual ao cenário atual da empresa.

Todas as tabelas demonstradas concentram em parâmetros que são sugeridos a empresa para a mensuração do seu capital intelectual.

Na coluna dos respondentes para cada índice que vai do 1 (discordo inteiramente), a 4 (concordo plenamente) dando sua opinião a cerca do se encontra a afirmativa, de acordo com o ponto de vista dos pesquisados.

A soma de todos os pontos da pesquisa trouxe uma média, para se chegar a um ponto da situação dos critérios proposto facilitando a confecção de relatório do capital intelectual por completo.

4.1 RELATÓRIO DO CAPITAL HUMANO

Os indicadores do capital humano procura comprovar e aferir o nível de capacidade e credibilidade, a natureza da estrutura da empresa, assim como o grau de satisfação de todos os colaboradores. Esse tipo de capital ocupa um lugar de destaque, pois ele suporta e dá apoio a todos os componentes do capital intelectual, abaixo será exibida uma tabela que demonstra resultados e pontos que engrandece esses indicadores.

Tabela 4: Avaliação dos indicadores do capital humano

CAPITAL HUMANO		A	B	C	D	E	F	G	H	MÉDIA
1.	Para integrar a água mineral uai o colaborador deve possuir um de grau de qualificação.	3	3	4	4	3	3	4	4	3,5
2.	Os colaboradores aprendem uns com os outros estabelecendo uma troca de informação	4	4	4	4	4	4	3	3	3,8
3.	Os colaboradores são treinados e capacitados para uma melhor produtividade	4	4	3	3	3	3	4	3	3,4
4.	A quantidade de colaboradores é ideal para cada setor	4	4	3	3	4	4	3	4	3,6
5.	As ideias e sugestão dos colaboradores são implantadas pela empresa	3	3	3	4	3	4	4	3	3,4

Fonte: autoria própria

Mostra que todos os indicadores apresentados a empresa para medir a importância do capital humano não tem sido de maneira muito satisfatório, uma vez que dos 5 inquérito apresentado a média menor foi 3,4 deixando claro que os investimentos em treinamento e capacitação de seus colaboradores como um todo precisa de maior atenção por parte da gestão da empresa, uma vez que esse tipo de investimento pode auxiliar na identificação e solução para problemas relevante para o processo de produção.

Com relação ao item 1 que obteve uma média 3,5 demonstra que a empresa prioriza que o seu colaborador aprenda as suas funções dentro do setor, o que justifica a média no item 2 da tabela acima. Ao ser contratado a empresa investe em capacitação específica para que o colaborador execute de forma precisa suas tarefas.

No item 4 o qual faz menção a quantidade de colaboradores por setor é ideal já que a empresa consegue de forma eficiente cumprir com sua demanda na produção e nos outros setores da empresa dando qualidade ao seu produto final.

De uma forma geral o capital humano tem sido gerido mesmo que de uma forma mais contida mais não menos importante uma vez que a tabela acima mostra que há uma tendência por parte da empresa em treinar e capacitar seus colaboradores para funções específicas dentro do processo.

4.2 CAPITAL RELACIONAL OU CLIENTE

O capital intelectual para uma empresa é de extrema importância e cria uma relação que fortalece o capital relacional, administrar clientes, fornecedores e parceiros podem afetar diretamente vários indicadores na empresa. Com isso, medir o capital relacional de forma seicisiva é fundamental para o sucesso da organização.

Tabela 5: Avaliação dos indicadores do capital relacional

CAPITAL RELACIONAL		A	B	C	D	E	F	G	H	MÉDIA
1.	O nome da empresa é referencia de qualidade e de desenvolvimento regional.	4	4	4	3	2	3	2	4	3,3
2.	Qual o nível de participação da empresa no mercado.	4	4	4	3	3	4	4	5	3,0
3.	Avalie o relacionamento da empresa com clientes e fornecedores.	4	3	4	4	4	4	3	4	3,8
4.	São realizada pesquisas de opinião junto aos clientes para saber o nível de satisfação.	3	3	2	3	2	2	3	3	2,6
5.	A empresa investe em publicidade.	3	2	2	2	3	3	2	2	2,4

Fonte: autoria própria

A maior média obtida entre cincoitens foi de 3,8 onde a maior porcentagem máxima é 5 esse resultado demostra a ótima relação entre a empresa e seus clientes.

No item 5 da tabela foi o item que menor recebeu pontuação isso demostra que apesar do crescimento em que a empresa teve no tão curto de espaço de tempo poderia alcançado patamares ainda maiores em entre a sua implantação até os dias atuais os outros 3 item também bem pontuados demostra que a empresa apesar de não está no topo do mercado regional ela tem forte responsabilidade na região com o seu produto, ainda tem um caminho a ser percorrido para chegar a excelência de seu ativo.

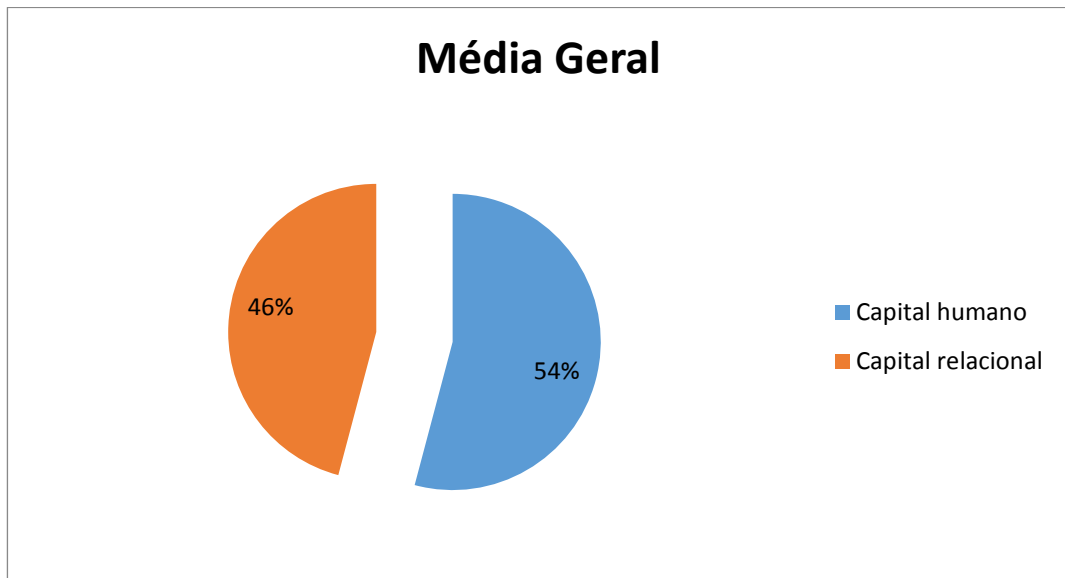
4.3 ANÁLISE DE COMPONENTES DO CAPITAL INTELECTUAL

No gráfico abaixo podemos observar os dois componente do capital intelectual que são de maneira clara responsável diretamente pelo sucesso no

desenvolvimento das atividades da empresa isso mostra o quanto é importante gerenciar esse ativo que geram resultados positivo para a empresa.

O gráfico abaixo demonstra a média dos ativos.

Gráfico 3: Média dos Ativos



Fonte: autoria própria

De acordo o método utilizado, os dois componentes do capital intelectual obtiveram resultados satisfatórios dentre eles o capital humano teve uma maior pontuação com uma média de 54% contra 46% do capital relacional/cliente.

Houver oscilações entre as médias apresentadas não eliminando o fato que cada uma dessas variáveis não tem a mesma relevância entre elas, porem dá a empresa Agua Mineral Uai uma possibilidade de utilizar esses dados para melhor gerir e aplicar mudança capazes de aumentar esses indicadores e consequentemente o valor a ser agregado a empresa.

Como base nesse estudo compreende que o capital intelectual tem uma função estratégica dentro de uma empresa, e contribui de forma incisiva para o crescimento e competitividade no mercado.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Através de estudos podemos mostrar, através da história que e de pesquisas realizados por vários autores mostrados nessa pesquisa que as empresas tem buscado gradualmente formas e técnicas de aperfeiçoamento de capacidade, instrução e entendimento do conhecimento de seus colaboradores em buscar de garantir seu espaço e lucratividade em todo cenário econômico se tornando mais competitivo diante de um mercado globalizado, buscando sempre uma posição de destaque, e a maneira com que se contribui, o talento da sua equipe para alavancar o crescimento do seu ativo.

Constata-se ao longo de estudo que os recursos de uma organização, não são apenas recursos tangíveis, mais á outros recursos capazes de gerar valores para a organização, a existência do capital intelectual, se torna muito importante no que diz respeito ao real valor de uma empresa.

Concluir-se a partir de estudos que os gestores da empresa e colaboradores de alto escalão, e tomadores de decisões da Água Mineral litorânea, tratam o seu capital intelectual de forma simples e empírica na geração de valores para sua empresa não houve possibilidade de ser realizar um estudo do caso mais aprofundado e rico em dados pra melhor se apresentado.

Sabemos que progresso e as técnicas de mensuração do capital intelectual mostrada nesse trabalho e respaldada por autores renomados, tem o objetivo elevar o nível da empresa uma vez que ela assim consegue perceber o seu capital intelectual e traçar estratégias para gerir esse ativo importante hoje nas empresas.

Recomenda-se para trabalhos futuros que evidenciem como mais destaque a grande importância que se tem na mensuração do capital intelectual, para que assim possa levantar novas propostas formas de gestão como mecanismo de melhoramento na empresa.

É possível afirma que o capital intelectual é a principal vantagem competitiva atualmente, e, que apenas empresas que são compostas por esse ativo, que tem como definição, conhecimento, habilidades inovação e competência, são capazes de afirma sua continuidade no mercado extremamente competitivo.

REFERÊNCIAS

ANTUNES , M. T. P. **Capital Intelectual**. São Paulo: Atlas, 200.

CHIAVENATO ,. **Administração: teoria, processos e práticas**. São Paulo : [s.n.], 2014.

CHIAVENATO, I. **Gestão de pessoas: e o novo papel dos recursos nas organizações**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

CHIAVENATO, I. **RECURSOS HUMANOS: O capital humano nas organizações**. rio de janeiro: 9ª, 2009.

CRAWFORD, R. **Na era do Capital Humano**. São Paulo : Atlas , 1994.

EDVINSSON, L.; MALONE, M. S. **CAPITAL INTELECTUAL: descobrindo o valor real de sua empresa pela identificação dos seus valores interno**; tradução Roberto Alman; Revisão técnica Petros Katalifos. São Paulo: Makron Books, 1998.

FRASÃO, L. O Mercado de 7 Bilhoes de Litros. **sustentabilidade estadoo com br**, 2009. Disponível em: <<https://sustentabilidade.estadoo.com.br/noticias/geral,o-mercado-de-7-bi-de-litros,342621>>. Acesso em: 10 jul. 2019.

GIL, A. C. **Metodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 2008.

GIL, C. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. Saõ Paulo: Atlas , 2016.

KAPLAM, R. S. P.; NORTON, D. P. **A estratégia em ação: balanced scorecard**. 13.ed.Rio de Janeiro. 1997.

MARQUE DA SILVA , E. C.; SANTOS QUEIROZ, I.; SILVA PEREIRA, M. **A importância do Capital Intelectual para a Performance Organizacional: Um Estudo de Caso da Empresa Soma Urbanismo LTDA**. Instuto Vale do Cricaré Faculdade Vale do Cricaré. São Mateus, p. 57. 2018.

MARQUES DA SILVA , E. C.; SANTOS QUEIROZ, I.; SILVA PEREIRA , M. **A importancia do Capital Intelectual para a Performance Organizacional: Um estudo de Caso da Empresa Soma Urbanismo LTDA.** Faculdade Vale do Cricaré. São Mateus. 2018.

MARRAS , J. P. **Administração de recursos humanos do Operacional ao Estratégico.** São Paulo: Saraiva, 2011.

OLIVEIRA, N. R.; OLIVEIRA , L. P. F. **A Importancia do Capital Intelectual para a Performance Organizacional.** Instituto Vale do Cricaré Faculdade Vale do Cricaré. São Mateus. 2018.

SCHMIDT, P.; DOS SANTOS, J. L. **Avaliação de ativos Intangíveis.** São Paulo: Atlas, 2002.

SITA , M. **CAPITAL INTELECTUAL: A formula do sucesso.** São Paulo : Ser Mais , 2013.

STELMAK, L. **Avaliação do capital estrutural com ênfase na abordagem do capital intelectual.** [S.l.]: [s.n.].

STEWART, T. A. **Capital Intelectual: a vantagem competitiva das empresas.** Rio de Janeiro: campus , 1998.

RAIS, Relação Anual de Informações Sociais. Secretaria de Trabalho Ministério da Economia. Disponível em: < <http://trabalho.gov.br/rais>>. Acesso em: 10 jun. 2019.

TAVARES DE FARIAS. **Getão Estratégica: com uso do Balanced Scorecard como Diferencial Competitivo no Setor Supermecedista.** Monografia (Monografia em Engenharia de Produção) - UFJF. Juiz de Fora - MG, p. 54. 2007.

APENDICE A

TERMO DE AUTORIZAÇÃO PARA REALIZAÇÃO DA PESQUISA.

APENDICE B – QUESTIONÁRIO DA PESQUISA.

ENQUETE		1	2	3	4	5	6	7	8
1	Para integrar a água mineral uai o colaborador deve possuir um grau de qualificação								
2	Os colaboradores aprendem uns com os outros estabelecendo uma troca de informação.								
3	Os colaboradores são treinados e capacitados para uma melhor produtividade.								
4	As ideias e sugestão dos colaboradores implantada pela a empresa.								
5	O nome da empresa é referencia em qualidade e desenvolvimento regional.								
6	Qual o nível de participação da empresa no mercado.								
7	Avalie o relacionamento da empresa com clientes e fornecedores.								
8	São realizada pesquisa de opinião junto ao cliente para saber o nível de satisfação								
9	O nome da empresa é referencia em qualidade e desenvolvimento regional.								
10	A empresa investe em publicidade.								

NOTA	SIGNIFICADO
1	Discordo inteiramente
2	Discordo parcialmente
3	Concordo parcialmente
4	Concordo plenamente