

MENSURAÇÃO DO CAPITAL INTELECTUAL: UM DESAFIO IMPORTANTE PARA A CONTABILIDADE

Cristiane Cervi Bassan¹
Rogério Hauschildt²

RESUMO

Este trabalho apresenta alguns modelos de mensuração do capital intelectual. Por meio desses modelos, procurou-se evidenciar suas vantagens, limitações e características adequando-se ao atual contexto econômico e social. Do mesmo modo buscou-se proporcionar novas informações ao sistema de mensuração patrimonial além de uma visão mais sistêmica.

Frente à era do conhecimento, a Ciência Contábil não deixou de buscar novas formas de comunicação com seus usuários, necessitando criar demonstrações capazes de registrar valores das empresas mais próximos da realidade e modelos de mensuração em que sejam evidenciados os valores dos bens intangíveis, valiosos e considerados as novas riquezas das organizações.

O trabalho trata ainda da importância do conhecimento das pessoas nas organizações, do capital intelectual, seus conceitos e suas considerações através do capital humano, estrutural e de clientes. São apresentados modelos de mensuração do capital intelectual com suas características próprias, finalizando com as considerações da autora sobre os resultados obtidos.

Palavras-chaves: capital intelectual; contabilidade; mensuração.

ABSTRACT

This paper presents some models of intellectual capital's measurement. By exemplifying and explaining their working process, and fitting them in the

¹ Especialista em Contabilidade e Controladoria.

E-mail: criscervi@zipmail.com.br.

² Especialista em Controladoria – UFRGS e Professor Universitário

E-mail: hauschil@terra.com.br.

present economic and social context; their advantages, limitations and features will be showed up. Furthermore, this paper attempts to propose new information concerning the patrimonial measurement system, such as a systemic view about it.

In this age of knowledge, the science of accounting has not stopped its search for new ways of communication with its users, what demands the generation of demonstrations able to registers company's values closer to reality and measurement models that present intangible goods' values, which are considered as the new wealth of organizations.

The paper also deals with the importance of staff's personal knowledge in organizations, such as the intellectual capital, its concepts and considerations through human, structural and clients capital. As a final point, author's personal considerations are presented.

KEY WORDS: intellectual capital, accounting, measurement.

1 INTRODUÇÃO

Com a existência de novas tecnologias e serviços, as empresas necessitam adequar-se a uma nova realidade, onde o conhecimento torna-se um recurso econômico muito mais essencial do que a matéria-prima, e muitas vezes mais do que o capital econômico. Com isso, pode-se observar a importância das pessoas nas organizações.

É comum pensar que seres humanos não devem ser tratados como despesa, mas como ativos da empresa, já que essas pessoas produzem o pensamento e o raciocínio, e que o conhecimento produzido e adquirido, habilidades e motivação dos colaboradores substituem os investimentos em modernas máquinas utilizadas na produção. Portanto, conclui-se que o ser humano é o maior capital, sendo ele um ser humano que acredita nele mesmo, que tem fé e que busca o que quer, tornando-se um diferencial competitivo para as empresas.

Assim, este artigo tem o objetivo de demonstrar a importância do capital intelectual na Contabilidade, através de sua mensuração pelos modelos sugeridos, obtendo informações de extrema importância para as tomadas de decisões e gerenciamento nas empresas.

2 O CONHECIMENTO

Conhecimento é poder no mundo tradicional dos negócios. A questão é que não se deve reter o conhecimento, e sim difundí-lo, pois quanto mais informações são compartilhadas, maior será o retorno.

Com a era da Informação, o conhecimento passou a ser o elemento primordial para o sucesso da organização, e as empresas estão utilizando a tecnologia da informação como instrumento gerencial. Com isso, passa a existir descentralização de tarefas, uma vez que, com o avanço tecnológico, a informação flui com mais rapidez e também cresce a quantidade de informações recebidas pelas empresas.

Paiva (1999, 79) diz que “o conhecimento passou a representar um importante diferencial competitivo, para as empresas que sabem adquiri-lo, mantê-lo e utilizá-lo de forma eficiente e eficaz. Esse conhecimento passou a gerar o Capital Intelectual que, às vezes, é bem mais importante que o Capital Econômico”. Desta forma, vemos que hoje, acrescenta-se o conhecimento e a inteligência aos recursos naturais, à mão de obra e ao capital, agregando valor aos produtos e serviços. Com isso o conhecimento assume o papel de principal recurso econômico.

Para Stewart (1998, 37), “as noções de “economia de conhecimento” e “empresa baseada no conhecimento” têm um certo caráter abstrato, mas não há nada de abstrato no trabalho do conhecimento. A informação provavelmente é a matéria-prima mais importante de que precisamos para realizar nosso trabalho”.

Assim, o conhecimento tornou-se um recurso presente em todas as atividades e as empresas vêm investindo cada vez mais nos seus funcionários para lhes proporcionar qualidade nos produtos e/ou serviços, objetivando o retorno do capital investido e também a aquisição de

certificados de qualidade. Ter uma economia baseada em conhecimentos é uma grande chance de obter sucesso nessa nova era da informação e é um avanço para a história econômica do mundo.

3 CAPITAL INTELECTUAL

O capital intelectual passou a ser tratado com maior interesse nos meios empresariais e acadêmicos a partir do início da década de oitenta, em função de diversos estudos desenvolvidos na área. Stewart (1998, p.13), um dos grandes especialistas sobre o assunto, afirma que:

capital intelectual é a soma do conhecimento de todos em uma empresa, o que lhe proporciona vantagem competitiva. Ao contrário dos ativos, com os quais os empresários e contabilistas estão familiarizados - propriedade, fábricas, equipamento, dinheiro -, o capital intelectual é intangível. Constitui a matéria intelectual: conhecimento, informação, propriedade intelectual, experiência, que pode ser utilizada para gerar riqueza.

Observa-se que os tempos modernos e o fenômeno da globalização têm exigido muito dinamismo dos empresários, e as empresas sentem maior necessidade de investir em recursos humanos para ter condições de enfrentar a competitividade que é cada vez maior. Portanto, o capital intelectual abrange o conhecimento e a inteligência das pessoas agregando valor aos produtos e serviços, apesar de, ainda, não possuir registros na contabilidade.

O mesmo autor (p. 51) acredita que:

quando o mercado de ações avalia empresas em três, quatro ou dez vezes mais que o valor contábil de seus ativos, está contando uma verdade simples, porém profunda: os ativos físicos de uma empresa baseada no conhecimento contribuem muito menos para o valor de seu produto (ou serviço) final do que os ativos intangíveis - os talentos de seus funcionários, a eficácia de seus sistemas gerenciais, o caráter de seus relacionamentos com os clientes - que, juntos, constituem seu capital intelectual.

O capital intelectual possui o intuito de facilitar o aprendizado para estimular a criatividade, desenvolver a capacidade individual e do grupo, e gerar um diferencial de competência obtendo vantagem competitiva para as empresas que estão destinando a devida importância a este novo capital.

Stewart (1998) indaga a respeito de onde procurar o capital intelectual, e afirma que este está em um destes três lugares: pessoas, estruturas e clientes, que são pontos estrategicamente importantes. Assim, pode-se concluir que o capital intelectual é formado por três componentes que interagem: capital humano, capital estrutural e capital de clientes. Vejamos as características de cada um deles:

3.1 Capital Humano

O capital humano é aquele incorporado nas pessoas que possuem talentos para criação de produtos e serviços de qualidade, com o intuito de atrair clientes e satisfazê-los da melhor maneira possível.

Talento é a essência da pessoa, o que compreende seus pensamentos e sentimentos. Nenhum talento é igual a outro: as pessoas são diferentes e todos os tipos de talentos são importantes. A questão é encontrar a pessoa certa, com o talento certo, para realizar a tarefa certa. Conhecimento e habilidades podem ser ensinados, transferidos de uma pessoa para outra; talento é o próprio estilo da pessoa, e não pode ser transferido para outro. A grande chave do sucesso de uma empresa é ajudar seus funcionários a conduzirem seus talentos na busca de um excelente desempenho.

De acordo com Stewart (1998, 83) “quando o principal executivo diz “as pessoas são nosso ativo mais importante”, ele está falando das pessoas que sabem como servir aos clientes de modo a proporcionar à empresa vantagem competitiva.” Ou seja, deve-se esclarecer que funcionários que não agregam valor à empresa no sentido de doação, colaboração e interesse, não devem ser considerados ativos; valiosos para a empresa, pois não fazem diferença alguma e até atrapalham o progresso dos demais.

A empresa deve saber diferenciar os tipos de funcionários, pois alguns são ativos importantíssimos e outros são apenas custos, muitas vezes de grande valor. Por isso necessita-se fazer essa diferenciação para descobrir quem é quem.

Faz-se necessária a existência de gastos com treinamentos e formação para a obtenção de um retorno em forma de atitudes, pois quanto mais motivados e interessados os colaboradores, mais se sentem parte da

empresa. Nota-se aí uma disposição desses colaboradores em participar, oferecer novas idéias e aprender novas tarefas.

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

As pessoas são os únicos verdadeiros agentes na empresa, pois todos os ativos resultam de ações humanas e pode-se dizer que a medida verdadeira da eficácia é a agilidade com que uma empresa aumenta o seu capital humano.

A mensuração do capital humano envolve a verificação do nível de formação, a competência, a participação e a motivação do grupo humano.

3.2 Capital Estrutural

Este capital refere-se ao conhecimento contido e retido, o conhecimento de propriedade da empresa, e inclui dados, tecnologias, estrutura e sistemas, rotinas e procedimentos organizacionais. A infra-estrutura que apóia o capital humano, como equipamentos de informática, softwares, bancos de dados, também forma o capital estrutural.

O mesmo autor (p. 98) confirma que “ o capital estrutural pertence à empresa como um todo. Pode ser reproduzido e dividido. Parte do que pertence à categoria de capital estrutural tem direito aos direitos legais de propriedade: tecnologias, invenções, dados e publicações”.

Desta forma, o objetivo do Capital Estrutural é relacionar pessoas com especialistas e informações e clientes à empresa.

3.3 Capital do Cliente

No momento em que o Capital Intelectual transforma-se em dinheiro, surge o capital do cliente, e é extremamente importante para as empresas que exista uma gerência desse capital. Os investimentos no capital do cliente devem ser realizados em conjunto com os clientes, ocasionando benefício para ambos no que se refere às informações e conhecimentos gerados.

Stewart(1998, 138) diz que

o capital do cliente é muito semelhante ao capital humano: não se pode possuir os clientes do mesmo modo como não se pode possuir pessoas. Mas da mesma forma como uma organização pode investir em funcionários não apenas para aumentar seu valor como indivíduos mas também para criar ativos de conhecimento 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 investir no capital do cliente, deve-se analisar alguns fatores, tais como: inovar com os clientes; concentrar-se nos clientes como indivíduos, atendendo às necessidades dos clientes individuais; dividir os ganhos com os clientes; conhecer o negócio do cliente para melhor servi-lo e tornar-se indispensável.

Verifica-se, então, a necessidade de controle desses três fatores que interagem entre si: capital humano, estrutural e de clientes, para obter um capital intelectual bem estruturado, que possa ser mensurado e avaliado, de acordo com as características e particularidades de cada organização para obter resultados satisfatórios e contribuir com a contabilidade através de novas informações, proporcionando uma visão mais moderna e atual.

4 MODELOS DE MENSURAÇÃO DO CAPITAL INTELECTUAL

Mesmo sendo considerado um ativo intangível, o capital intelectual pode ser mensurado. Esta mensuração irá complementar e enriquecer a contabilidade, fazendo com que alcance o seu papel de fornecer informações úteis da melhor maneira possível, já que a contabilidade necessita de demonstrações contábeis com informações atuais de natureza intelectual, humana, ecológica e social.

A mensuração do Capital Intelectual gera informações úteis para os gestores, possibilitando uma detalhada verificação da competência dos profissionais geradores de receitas da organização, proporcionando auxílio para a tomada de decisões a respeito de clientes, pessoal e investimentos. Alguns modelos têm sido utilizados para mensurar o capital intelectual. Estes serão demonstrados com suas características, vantagens e limitações por diversos autores, dentre os quais destacam-se:

- Diferença entre o Valor de Mercado e o Valor Contábil;

- Modelo de Edvinsson & Malone – Modelo Skandia
- Modelo de Sveiby
- Modelo sugerido por Straiotto

4.1 Diferença entre o Valor de Mercado e o Valor Contábil

Neste modelo, o valor do capital intelectual é obtido através da diferença entre o valor contábil e o valor de mercado (valor de cotação em bolsa) de uma empresa. Este é calculado utilizando-se a equação $CI = VM - VC$, onde CI = Capital Intelectual; VM = Valor de Mercado (preço por ação multiplicado pelo número total de ações do capital da empresa) e VC = Valor Contábil (valor registrado no Patrimônio Líquido da entidade).

Caracterizado por sua simplicidade, já que, se o valor de mercado é maior do que seu valor contábil, a diferença será o capital intelectual da empresa. Por outro lado Wernke (2002, p.29) nos faz refletir que “no caso em que uma empresa é negociada abaixo do seu valor contábil – como acontece algumas vezes – isso demonstraria que esta não possui mais ativos intelectuais”. Além disso, os valores podem estar subestimados, interferindo na avaliação do capital intelectual.

Assim, esse modelo possui a vantagem da sua simplicidade de utilização. No entanto, é frágil frente às influências do mercado.

4.2 Modelo de Edvinsson & Malone – Modelo Skandia

A Skandia foi a primeira empresa que desenvolveu este instrumento, denominado Navegador Skandia, visto que ela possuía a missão de incentivar o crescimento e desenvolver o capital intelectual como um valor visível que complementasse o Balanço Patrimonial.

Este modelo mostra como criar valor financeiro através do capital humano combinado com o capital do cliente, a capacidade de inovação e os processos internos da empresa. Ele é usado como modelo de planejamento de negócios, fornecendo uma perspectiva geral do passado da empresa (foco financeiro), seu presente (foco no cliente, foco no processo e foco no aspecto humano) e seu futuro (renovação ou foco de desenvolvimento).

Existem diversos indicadores que devem ser representativos de cada um dos focos que permitem mensurar seu desempenho, a fim de que se estabeleça uma equação de capital intelectual. Podemos citar alguns, tais como:

Foco Financeiro:

1. Ativo total (\$).
2. Ativo total/empregado (\$).
3. Receitas/ativo total (\$).
4. Lucros/ativo total (\$).
5. Valor de mercado (\$).

Foco no Cliente:

1. Participação de mercado (%).
2. Número de clientes (%).
3. Vendas anuais/cliente (\$).
4. Número de clientes/número de empregados.
5. Índice de satisfação do cliente (%).

Foco no Processo:

1. Despesas administrativas/receita total.
2. Equipamentos de informática adquiridos.
3. Meta corporativa de qualidade.

Foco de Renovação e Desenvolvimento:

1. Despesas com o desenvolvimento de competência/empregado (\$).
2. Índice de satisfação dos Empregados.
3. Despesas de Marketing/Cliente (\$).
4. Porcentagem das horas de treinamento.
5. Despesas de treinamento/despesas administrativas (%).

Foco Humano:

1. Índice de Liderança (%).
2. Índice de Motivação (%).
3. Rotatividade dos empregados (%).
4. Idade média dos empregados.
5. Duração média dos contratos.

O modelo Skandia considerou vinte índices, um número razoável, para facilitar a medição e o cálculo do capital intelectual, embora existem alguns fatores que podem ser adicionados perante uma análise individual da situação da empresa.

Edvinsson & Malone (1998, p.166) definiram a seguinte fórmula:

$$\text{Capital Intelectual Organizacional} = iC$$

“Em que **C** é o valor monetário do capital intelectual e **i** representa o coeficiente de eficiência na utilização daquele Capital”.

O coeficiente de eficiência (*i*) é obtido através dos indicadores mais representativos de cada foco em porcentagens, quocientes e índices. Obtêm-se o valor monetário do capital intelectual (*C*) a partir dos indicadores mais representativos de cada foco, estimados monetariamente. Assim, esta fórmula mede o capital intelectual em função da quantidade de investimento, em termos monetários, realizados nos elementos que podem ser mensurados objetivamente.

Esse modelo, aparentemente, representa uma mensuração objetiva, mas devido à natureza de alguns índices, torna-se um tanto subjetiva, já que fornece uma perspectiva geral do passado e do futuro da empresa e possui uma elaboração complexa, já que é baseada em diversas perspectivas: clientes, processos, humanas, financeiras e de renovação.

4.3 Modelo de SVEIBY

Este autor afirma que os tipos de estruturas hoje existem em forma de perspectiva do conhecimento, com a utilização de medidas de avaliação da competência dos funcionários, da estrutura interna e da estrutura externa.

O monitor de ativos intangíveis que será visualizado a seguir exibe de maneira simples indicadores relevantes, adotados de acordo com a estratégia da empresa, com intuito de mensurar os ativos intangíveis, classificando-os em três grupos: competência das pessoas, estrutura interna e estrutura externa. Este monitor deve ser integrado ao sistema de gerenciamento de informações, acompanhado de vários comentários.

ATIVOS INTANGÍVEIS		
Estrutura interna Crescimento/Renovação Crescimento orgânico do Volume de vendas. Aumento da participação de mercado. Índice de clientes satisfeitos ou índices da qualidade.	Estrutura interna Crescimento/Renovação Investimentos em tecnologia da informação. Parcela de tempo dedicado às Atividades internas de P&D. Índice da atitude do pessoal em relação aos Gerentes, à cultura e aos Clientes.	Competência das Pessoas Crescimento/Renovação Parcela de vendas geradas por clientes que aumentam a competência. Aumento da experiência média profissional (número de anos). Rotatividade de Competência.
Eficiência Lucro por cliente. Vendas por profissional.	Eficiência Proporção de pessoal de Suporte. Vendas por funcionários de suporte.	Eficiência Mudança no valor agregado por profissional. Mudança na proporção de profissionais.
Estabilidade Frequência da repetição De pedidos. Estrutura etária	Estabilidade Idade da organização. Taxa de novatos.	Estabilidade Taxa de rotatividade dos Profissionais.

Fonte: (Sveiby, 1998, p. 238).

A finalidade desta avaliação é cobrir todos os ativos intangíveis, a fim de que cada empresa possa selecionar os indicadores mais representativos para si. Os fatores mais importantes a serem analisados são: crescimento e renovação, eficiência e estabilidade. Este modelo visa a avaliar a evolução do capital intelectual sem avaliar financeiramente o conhecimento.

Comparando este modelo, de Sveiby, com o Navegador Skandia, pode-se fazer as seguintes comparações: para a Skandia, o foco no cliente equivale à categoria da estrutura externa; o foco no processo equivale à

categoria da estrutura interna e o foco humano equivale à categoria da competência.

Esse modelo possui a vantagem de ter uma apresentação simples e de fácil interpretação. No entanto, a escolha dos indicadores é complexa e não possui ênfase financeira. É baseada em perspectivas diversas, como estrutura interna, externa e competência das pessoas.

4.4 Modelo sugerido por STRAIOTTO

Este modelo inclui os recursos humanos no ativo, os gastos de investimentos em ativos humanos e sua amortização no Balanço Patrimonial, que poderá ser elaborado pela Contabilidade juntamente com o departamento de administração de recursos humanos da empresa, conforme demonstrado a seguir:

BALANÇO PATRIMONIAL – EMPRESA X	
(Incluindo os itens relacionados a Contabilização dos Recursos Humanos)	
1 – ATIVO	
- Ativo Circulante	
- Ativo Realizável a Longo Prazo	
- Ativo Permanente	
- Ativo Imobilizado	
Estrutura de apoio aos RHs	
Depreciação Acumulada	
- Ativo de Investimento	
Investimentos em RHs	
Avaliação	
Reavaliação	
Desvalorização	
- Ativo Diferido	
Gastos de Investimentos em RHs	
Amortização de gastos em RHs	

Fonte: (Straiotto, 2000, p. 38)

Sugere-se, também, outro modelo através de uma fórmula de mensuração do valor agregado ao valor da empresa em todos seus níveis de acordo com o grau de escolaridade dos funcionários, ou seja, o Capital Intelectual aplicado de cada nível ao produto ou serviço nas fases do ciclo operacional da empresa.

Para isso, necessita-se abrir a conta salários no plano de contas da Contabilidade em níveis, como pode ser visualizado abaixo:

BALANÇO PATRIMONIAL – EMPRESA X (Incluindo os itens relacionados a Contabilização dos Recursos Humanos)
2 – PASSIVO
Passivo Circulante
• Obrigações Trabalhistas e Sociais
01 Salários e Encargos Sociais nível 1 – (1ª a 4ª série Ensino Fundamental)
02 Salários e Encargos sociais nível 2 – (Primário Completo)
03 Salários e Encargos sociais nível 3 – (Ensino Médio e/ou Curso Técnico)
04 Salários e encargos sociais nível 4 – (Graduação)
05 Salários e encargos sociais nível 5 – (Especializações em Geral)
Passivo Exigível a Longo Prazo

Fonte: (Straio, 2000, p. 39)

O próximo passo é calcular o quanto cada nível agrega de valor à empresa em cada fase do processo produtivo. Isto envolve o valor total do valor agregado da empresa, o que significa a receita total da empresa (faturamento com vendas e/ou serviços) menos todos os impostos e despesas de compras. Em seguida, é necessário subtrair o valor agregado dos acionistas, que é o valor total do capital dos acionistas multiplicado pela taxa de juros referente a esse capital. Este valor agregado compreende os juros que os acionistas teriam direito se aplicassem o dinheiro em outro

investimento com a mesma taxa de risco que corresponde ao Custo de Oportunidade.

Alguns fatores ainda deverão ser deduzidos, como custos operacionais e administrativos, obtendo-se, assim, o valor da contribuição de cada nível ao valor agregado. Estes custos referem-se à folha de pagamento e à depreciação

Assim, este modelo tem o intuito de contribuir para o gerenciamento do capital intelectual, tornando-se uma ferramenta muito útil, pois evidencia o custo e a necessidade de níveis de escolaridade para as diversas funções na empresa; a determinação da necessidade de treinamento em relação ao nível de tecnologia empregada; o custo dos funcionários para verificar se é ou não maior que o valor que agregam à empresa; a visualização de quais níveis de gerenciamento são realmente necessários, e a comparação entre os investimentos feitos em educação e treinamento e o retorno sobre esses investimentos.

Após a demonstração destes modelos de mensuração do capital intelectual, com suas vantagens, desvantagens e características, observa-se que são várias as tentativas de mensurar este “novo” capital, e cabe aos profissionais da contabilidade pesquisar cada vez mais, aprofundando as pesquisas na tentativa de encontrar um modelo único que possa agregar valor às empresas e que atenda às exigências do mercado.

5 CONCLUSÃO

Com as mudanças tecnológicas, econômicas, políticas e sociais, houve uma profunda alteração de valores na sociedade, e o conhecimento passou a ter uma importância fundamental em todas as atividades dessa nova era. Frente a isso, não se pode utilizar o capital intelectual de forma tão ineficiente, já que ele pode proporcionar aumento da rentabilidade da empresa através da liberação de recursos financeiros.

Deve-se saber identificar e disseminar o conhecimento gerado dentro da empresa, transformando-o em Capital Intelectual, para garantir desenvolvimento e crescimento pois, sem localizá-lo em pontos

estrategicamente importantes, onde a gerência é fundamental, não se pode gerenciá-lo.

Portanto, esse estudo teve o intuito de apresentar alguns modelos para mensuração do capital intelectual, através de diversos autores, cada um com suas características, vantagens e limitações. Sabe-se que existe a consciência de continuação e aprimoramento dos estudos relativos a este tema, a fim de tornar o Capital Intelectual um instrumento gerencial cada vez mais eficiente, integrando as Demonstrações Contábeis.

Logo, a Contabilidade necessita encontrar maneiras de mensurar e registrar os ativos intangíveis de acordo com as exigências atuais, adequando-se à realidade, e não apenas ignorando-os. Este é um grande desafio para a Contabilidade nos dias de hoje: demonstrar a natureza intangível da criação de valor da empresa moderna. E a classe contábil vem buscando novas metodologias e conceitos para satisfazer as necessidades dos usuários cada vez mais exigentes.

Fica a certeza de que são necessários cada vez mais estudos e análises a respeito do assunto Capital Intelectual, sendo de responsabilidade da ciência contábil a mensuração deste capital, não deixando para as demais ciências esta mensuração.

6 REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

CRAWFORD, Richard. **Na era do capital humano**: o talento, a inteligência e o conhecimento como forças econômicas, seu impacto nas empresas e nas decisões de investimento. São Paulo: Atlas, 1994.

EDVINSSON, Leif; MALONE, Michael S. **Capital intelectual**. São Paulo: Makron Books, 1998.

IUDÍCIBUS, Sérgio de. **Teoria da contabilidade**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1997.

MARTINS, Eliseu. **Contabilidade de custos**, São Paulo: Atlas, 1972.

PAIVA, Simone Bastos. O capital intelectual e a contabilidade: o grande desafio no alvorecer do 3º milênio. **Revista Brasileira de Contabilidade**. Brasília, ano 28, n. 117, p. 76-82, maio/jun. 1999.

RAUPP, Elena Hahn. A Contabilidade e o valor real das empresas mediante identificação dos valores internos. **Revista Brasileira de Contabilidade**, Brasília, ano 30, n. 128, p. 50-68, mar./abr. 2001.

SÁ, Antônio Lopes de. Ativo Intangível e potencialidades dos capitais. **Revista Brasileira de Contabilidade**, Brasília, ano 29, n. 125, p. 46-53, set./out. 2000.

SANTOS, Antônio dos. Desmistificando o capital intelectual na contabilidade. **Revista Brasileira de Contabilidade**, Brasília, ano 29, n. 121, p. 67-71, jan./fev. 2000.

SOUZA, Almir Dias de. **Avaliação do capital intelectual**: um caso prático. *Revista Brasileira de Contabilidade*, Brasília, ano 29, n. 126, p. 87-97, nov./dez. 2000.

STEWART, Tomas A. **Capital intelectual**: a nova vantagem competitiva das empresas. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

STRAIOTO, Dilza Maria Goulart. A contabilidade e os ativos que agregam vantagens superiores e sustentáveis de competitividade – o capital intelectual. **Revista Brasileira de Contabilidade**, Brasília, ano 29, n. 124, p. 33-42, jul./ago. 2000.

SVEIBY, Karl Erik. **A nova riqueza das organizações: gerenciando e avaliando patrimônios de conhecimento**. Tradução de Luiz Euclides Trindade Frazão Filho – Rio de Janeiro: Campus, 1998.

WERNKE, Rodney. Considerações acerca dos métodos de avaliação do capital intelectual. **Revista Brasileira de Contabilidade**, Brasília, ano 31, n. 137, p. 23-39, set./out. 2002.