

Artigo

22/08 - O capital intelectual dentro do ativo intangível

1. Introdução

Devido às grandes mudanças da economia, tecnologia, sociedade e política, nestas últimas décadas, as empresas precisaram adaptar sua estrutura organizacional, a fim de acompanhar essas rápidas transformações. Dessa forma, as empresas necessitaram reconhecer o ativo intangível na sua produção de forma efetiva, pois é preciso cada vez mais criar e utilizar o conhecimento. Nesse contexto, os ativos intangíveis ganharam mais espaço nas empresas superando até a utilização dos ativos tangíveis. Sendo assim, fatores como marcas, patentes, tecnologia, pesquisas, desenvolvimento e domínio do conhecimento humano, tornaram-se essenciais para a empresa.

Através dessas mudanças, vem à tona o capital intelectual, que dentro do ativo intangível, é o foco deste artigo. Inicialmente, relata as transformações ocorridas até a atual era do conhecimento, e leva-se em consideração o capital intelectual no âmbito das transformações empresariais. Posteriormente, aborda-se a imagem e o papel atual do contador, e sua necessidade de aprimoramento. Também levanta-se as características e definições do ativo intangível e concretiza-se com uma abordagem das formas de mensuração do capital intelectual. O objetivo central deste artigo é apresentar de uma forma clara e simples conhecimento acessível a todas as pessoas do que vem a ser o capital intelectual e sua necessidade e importância para as organizações. Cabe salientar, que este artigo foi desenvolvido através de pesquisas em livros, artigos e revistas da área contábil para que se possa ter bases teóricas confiáveis sobre este assunto tão atual.

2. A era do conhecimento

Conforme se aceita que o novo fator de produção é o conhecimento, torna-se imprescindível entender a era do conhecimento e todas as transformações que impactaram a estrutura das organizações. Verifica-se a existência cada vez maior de conhecimento embutido nos produtos e serviços prestados, utilizando-se cada vez menos matéria-prima nas empresas e aumentando numa proporção muito grande o conhecimento e a informação em seu ambiente industrial. A evolução da sociedade para Crawford (1994) se agrupou em quatro sociedades básicas: sociedade primitiva, sociedade agrícola, sociedade industrial e a atual sociedade do conhecimento. Através deste quadro pôde visualizar melhor as quatro sociedades de forma seqüencial e comparativa relevando os fatores principais de cada sociedade segundo Crawford (1994) apud Schmidt e Santos (2002, p.169-170).

Assim após analisar tal evolução, nota-se que o fator humano conhecimento se torna o recurso proeminente dentro da economia mundial e o capital intelectual deve ser considerado o enfoque principal das empresas no mercado atual. É de extrema importância, porém, entender que a nova economia não matará as demais, apenas reduzirá seu grau de importância, pois será preciso recursos, que são gerados pelas sociedades anteriores.

3. Capital Intelectual

O cenário atual da economia combinado com as novas tecnologias desenvolvidas, principalmente nas áreas do conhecimento, faz com que sejam enormes as adaptações necessárias para acompanhar a agilidade dos processos e solicitações dos clientes. Com isso toda a atenção voltou-se para a habilidade criativas e inventivas, valores, atitudes e motivação das pessoas, bem como os demais ativos intangíveis das empresas. Por isso torna-se necessário um estudo mais profundo sobre esse ouro oculto da nova era do conhecimento.

3.1. Origem do Capital Intelectual

Historicamente, segundo Antunes (2000) estudos foram inicialmente desenvolvidos em torno de um dos elementos que compõem o capital intelectual: o capital humano. Alguns economistas, a partir do século XV, investiram esforços para encontrar uma forma de atribuir valores monetários ao ser humano, onde as pesquisas eram feitas com caráter econômico de estimar perdas com as guerras e com as migrações. Um dos marcos nesta abordagem de valorização do conhecimento foi Peter Drucker com seu livro Sociedade pós-capitalista, onde pregou o fim da era industrial e o início da era do conhecimento, mostrando a necessidade de mensurar-se o capital intelectual e sua influência no desempenho na empresa.

Na sociedade do conhecimento, o verdadeiro investimento se dá cada vez menos em máquinas e ferramentas e mais no conhecimento do trabalhador. Sem este conhecimento, as máquinas são improdutivas, por mais avançadas e sofisticadas que sejam. (DRUCKER, 1998, p.161) Segundo Stewart (2002), a expressão capital intelectual surgiu em 1958. Na ocasião dois analistas financeiros referiam-se à avaliação de ações de determinadas empresas de pequeno porte e

mencionaram que o capital intelectual dessas empresas fosse o seu elemento isolado mais importante. Segundo Antunes(1999, p.99) a primeira matéria que abordou o conceito capital intelectual foi editada por Thomas Stewart, na revista Fortune no ano de 1994 com o título "Your company's most valuable asset: intellectual capital". E então a partir desta matéria outros estudiosos começaram a discutir sobre o assunto e produzir artigos abordando inclusive as experiências dentro de algumas companhias. A primeira organização a divulgar um relatório suplementar às demonstrações financeiras colocando o seu Capital Intelectual foi a Skandia AFS (SCHMIDT, SANTOS, 2002).

3.2. Definições e características do Capital Intelectual

Entre os diversos conceitos existentes sobre capital intelectual, percebe-se que apesar de se distinguirem em alguns pontos, ambos apresentam conteúdo assemelhado. Segundo Stewart (1998, p 13) "O capital intelectual é a soma do conhecimento de todos em uma empresa, o que lhe proporciona vantagem competitiva". Para Xavier, apud Marçula (1999) o capital intelectual é o conjunto de conhecimentos e informações que uma pessoa ou instituição possui que é colocado ativamente a serviço da realização de objetivos econômicos.

A definição de Mac Donald apud Stewart (1998, p.60) para o capital intelectual é a seguinte "O conhecimento existente em uma organização e que pode ser usado para criar uma vantagem diferencial". Brooking (1996) conceitua capital intelectual como sendo uma combinação de ativos intangíveis, oriundos das mudanças nas áreas da tecnologia da informação, mídia e comunicação, que trazem benefícios intangíveis para as empresas e que capacitam o seu funcionamento, sendo dividida em quatro categorias: I) Ativo de mercado: potencial da entidade com seus ativos intangíveis relacionados com o mercado, como marca, lealdade dos clientes, negócios em andamento, canais de distribuição, franquias etc.; II) Ativos humanos: benefícios que o indivíduo proporciona para a organização, como expertise, criatividade, conhecimento, habilidade para resolver problemas, de forma coletiva e dinâmica; III) Ativos de propriedade intelectual: estes são os que necessitam de proteção legal para proporcionar benefícios futuros para a empresa, tais como know-how, segredos industriais, copyright, patentes, design etc.; IV) Ativos de infraestrutura: incluem tecnologias, metodologias e processos empregados tais como cultura, sistema de informação, métodos gerenciais, aceitação de riscos, banco de dados de clientes etc.

Já Edvinsson e Malone (1998) utilizam uma linguagem diferenciada através de metáfora para conceituar o capital intelectual, no qual compara a empresa a uma árvore, considera a parte visível (tronco, galhos e folhas) como a que esta descrita em organogramas, nas demonstrações contábeis e outros documentos, e utiliza-se das raízes como a parte invisível sendo o capital intelectual que são fatores dinâmicos ocultos que embasam a empresa visível formada por edifícios e produtos. Edvinsson, apud Almeida e Hajj (1997) menciona que o capital intelectual envolve basicamente três questões: I) O valor do capital intelectual excede, por muitas vezes, o valor dos ativos que constam no balanço; II) O capital intelectual é a matéria-prima da qual os resultados financeiros são feitos: resultados financeiros derivam da matéria-prima do capital intelectual; III) Diretores e gerentes têm que distinguir dois tipos de capital intelectual, chamados de capital humano e capital estrutural. O capital humano importa por ser a fonte de inovações e renovações. O crescimento do capital humano – por meio da contratação, treinamento e educação – é uma "mala vazia" se não puder ser explorado. Isto requer uma estrutura de ativo intelectual, tal como um sistema de informação, conhecimento de canais de mercado, relacionamento com clientes, e um foco gerencial para tornar o know-how individual uma propriedade do grupo.

Edvinsson defende, ainda, que o capital estrutural coloca novas idéias para trabalhar e pode ser usado várias vezes para criar valor. Ele pode ampliar o valor do capital humano ordenando os recursos da corporação, a lista de clientes e os talentos de outros departamentos para sustentar e apoiar a nova idéia. Duffy (2000) menciona que os conceitos de capital humano e capital intelectual estão intimamente relacionados e são facilmente confundidos. O capital intelectual é mais amplo e abrange os conhecimentos acumulados de uma empresa relativos a pessoas, metodologias, patentes, projetos e relacionamentos.

O capital humano é um subgrupo de tal conceito. E visando facilitar o entendimento, apresenta as seguintes definições:

Capital intelectual: soma de capital estrutural e humano, indica capacidade de ganhos futuros de um ponto de vista humano. Capacidade de criar continuamente e proporcionar valor de qualidade superior;

Capital humano: valor acumulado de investimentos em treinamento, competência e futuro de um funcionário. Também pode ser descrito como competência do funcionário, capacidade de relacionamento e valores;

Capital estrutural: o valor do que é deixado na empresa quando os funcionários – capital humano – vão para casa. Como exemplo têm bases de dados, lista de clientes, manuais, marcas e estruturas organizacionais;

Capital organizacional: competência sistematizada e em pacotes, além de sistemas de

alavancagem dos pontos fortes inovadores da empresa e da capacidade organizacional de criar valor, tem-se então capital de processo, cultura e inovação;

Capital de inovação: força de renovação de uma empresa, expressa como propriedade intelectual, que é protegida por direitos comerciais, e outros ativos e valores intangíveis, como conhecimentos, receitas e segredos de negócios;

Capital de processo: os processos combinados de criação de valor e de não-criação de valor.

Com base nesses conceitos, entende-se que capital intelectual é o elemento vital de qualquer organização, e segundo Stewart (1998) é de essencial importância localizar o capital intelectual dentro das organizações para que se possa gerenciá-lo, e os três lugares no qual se deve procurar são: nas pessoas; nas estruturas; nos clientes. Assim, há uma divisão em três elementos principais nas organizações: o capital humano, o capital estrutural e o capital de clientes.

3.2.1. Capital Humano

O capital humano está relacionado ao conhecimento, a inovação e habilidades dos empregados. Segundo Stewart (1998), o capital humano é o lugar onde tudo começa sendo a fonte de inovação, onde as idéias são livres e abundantes e provavelmente infinitas.

Numa economia do conhecimento os recursos humanos – e não o capital físico e financeiro – constituem as vantagens competitivas das organizações, e a gerencia deve maximizar a preparação de trabalhadores altamente especializados. À medida que o homem da organização se torna uma espécie em decadência e que os trabalhadores devem sua vida profissional primordialmente ao treinamento profissional e à sua capacidade mental, e não ao simplesmente fazer parte de uma organização, os estilos de administração participativa tornam-se cada vez mais importantes. (CRAWFORD, 1994, p.124)

Observa-se também o capital humano sendo denominado por alguns autores como ativo humano, no qual compreende os benefícios que podem ser proporcionados pelos indivíduos nas empresas. Onde nos dias atuais as organizações não poupam esforços na procura de pessoas capacitadas, quanto mais qualificado for o capital humano melhor resultado ela alcançará em termos de capital intelectual. Antunes (1999) observa que as empresas precisam apoiar-se no Recurso Humano do Conhecimento e não mais no Recurso Humano da força braçal.

Além disso, Stewart (1998) fala que o trabalhador rotineiro, que exige pouca habilidade, mesmo quando feito manualmente, não gera nem emprega capital humano para a organização. Ele também menciona que o capital humano é formado e empregado quando uma parte maior do tempo e do talento do profissional é dedicada a atividades que resultam em inovações. O objetivo maior em investir no capital humano dentro das empresas é que ele possa gerar lucro. O capital humano aumenta na medida que a empresa utiliza mais o que as pessoas sabem e quando um maior número de pessoas sabem mais é absorvido para a organização. Porém a maior dificuldade das entidades na era do conhecimento reside no fato de que as empresas apenas podem alugar pessoas, e não podem possuí-las, neste contexto entra o capital estrutural.

3.2.2. Capital Estrutural

Segundo Stewart (1998) o foco do capital estrutural é conter e reter o conhecimento humano, para que ele se torne propriedade da empresa. E define que de uma forma mais simplificada é todo o conhecimento que não vai para casa após o expediente. Desta forma percebe-se que este capital estrutural é a transformação do conhecimento das pessoas em ativo da entidade, através de melhoria e da experiência e criatividade compartilhada. Por sua vez, estes devem ser acondicionados e estruturados com a ajuda da tecnologia da informação e das telecomunicações, bancos de dados, descrição de processos e manualizações, para que assim a empresa através destes instrumentos possa reter todo o conhecimento do indivíduo para ela.

Nisto resultará, maior agilidade na distribuição do conhecimento, aumento progressivo de conhecimento coletivo, diminuição no tempo de espera e aumento de produtividade. Stewart (1998, p.100) também diz que "o segredo da gerência das estruturas do conhecimento da empresa é lembrar-se de que o capital organizacional é, antes de mais nada, capital". Assim para a empresa não basta ter a gestão do conhecimento sem que exista um gerente do conhecimento, as estruturas para gerenciar o conhecimento devem ter um objetivo estrategicamente claro, ficando então relevante o fato de que o sucesso do capital estrutural depende da liderança da empresa.

3.2.3. Capital de Clientes

Toda organização que tem clientes tem capital de clientes, entre os três ativos intelectuais – capital humano, capital estrutural e capital de clientes – o de clientes é o mais importante e valioso, pois são eles que geram renda para a empresa. E apesar de sua inevitável importância ele se encontra como sendo um dos ativos intangíveis mais mal administrados dentro das empresas. Muitas organizações nem sabem quem são seus clientes e outras que sabem tratam

seus clientes com arrogância, não os reconhecendo como ativos tão importantes.

O capital de clientes não pode ser tratado de qualquer forma, é necessário que a entidade use de mecanismos que o tornem propriedade da empresa, pois é com seus clientes que a empresa compartilha suas propriedades. Sendo de fundamental importância adquirir constantemente informações que nos levem cada vez mais próximos dos clientes. Stewart (1998) afirma que um dos princípios da gerência do capital intelectual esta na informação e quando a informação é poder, ela fluirá rio abaixo na direção do cliente.

Nesta nova era do conhecimento a informação se tornou mais valiosa do que nunca, e estas informações compartilhadas são de extrema importância. Uma das fontes que se pode encontrar estas informações está nos clientes, pois eles contêm mais informações e conhecimento do que antes possuíam. Quando cliente e entidade aprendem uma com a outra, o capital de cliente tende só a aumentar. Para finalizar segundo Stewart (1998) o capital humano e o capital estrutural reforçam-se mutuamente quando a organização tem o propósito compartilhado e associado a um espírito empresarial; o capital humano e o capital de cliente crescem quando as pessoas sentem-se responsáveis por suas partes na empresa, e quando há interação entre empresa e clientes; e o capital de cliente e capital estrutural aumentam quando a organização e seus clientes aprendem mutuamente.

4. A Atual Imagem do Contador

O contador é indispensável para o funcionamento, desenvolvimento e tomada de decisões na empresa. Há tempos atrás, a imagem era a de um profissional que tinha como função apenas registrar os fatos contábeis, sem nenhuma participação na tomada de decisões, e denominava-se por "preenchedor de formulários" ou "guardião de livros". Além de controlar a movimentação da empresa, apurar impostos, emitir balanços patrimoniais, é através da contabilidade que os administradores poderão fazer os seus orçamentos e controlar o que foi orçado e alcançado.

A imagem hoje do contador é de um profissional indispensável para a empresa que forneça demonstrações contábeis claras para um entendimento preciso por parte dos empresários e leigos. Além disso, ele tem se caracterizado como gestor de informação de seus clientes e o principal suporte para a tomada de decisões em uma empresa. A principal atividade do contador é a de produzir informações que sejam úteis aos usuários da Contabilidade. Pode-se dizer que os principais usuários são: a administração, o governo e os bancos. A contabilidade é uma área que traz muitas oportunidades profissionais e as profissões são: contador, auditor interno e externo, perito contábil, professor universitário, funcionário público atuante na área, analista contábil, etc.

5. O contador e suas necessidades de aprimoramento

Na Era Industrial, as empresas tinham necessidade de profissionais que tivessem o domínio. Sobre todo o processo produtivo, para que a empresa pudesse ser mais competitiva. Hoje essa não é mais a principal preocupação, já que para serem competitivas atualmente necessitam de profissionais que utilizem o conhecimento para saber o que e para quem produzir e se o produto irá satisfazer o mercado que a empresa está atuando. Assim, a exploração do intelectual é uma notória ferramenta da produção e continuidade da empresa, nesse novo cenário em que ela se encontra, por isso a empresa necessita de funcionários que saibam usar de forma múltipla o seu conhecimento e que saiba combinar todas as funções tradicionais adicionadas com agilidade, eficiência e qualidade em seu serviço, podendo assim estar preparado para atuar em qualquer área da empresa em que estiver inserido.

Segundo Meloni (2006, p.157), "Aquele contador, que apenas registrava as informações e não participava das atividades decisórias da empresa, está perdendo mercado." ressaltando a necessidade de adaptação do contador ao mercado profissional, que busca cada vez mais profissionais capacitados e com melhores habilidades profissionais e de conhecimento. As principais características exigidas atualmente são: conhecimento do negócio; capacidade terminológica, conceitual, metodológica e analítica; potencialidade em tecnologia da informação; cultura e produtividade em equipe; competência em comunicação; aptidão para pesquisa de novas tecnologias. Fica então demonstrado, diante dos pontos levantados que o profissional contábil deve estar constantemente na busca de adaptação com o mercado em que ele esteja inserido. E sempre expandindo o seu conhecimento, e sua capacidade intelectual.

6. Ativo Intangível

Nunca antes o ativo intangível teve tanta importância como no cenário atual. Porém a sua definição se torna complexa principalmente pelas incertezas no que diz respeito a sua mensuração de valores e sua vida útil. Cabe então abordar primeiramente a definição de ativo para depois entrar na questão do ativo intangível. Os ativos são agentes controlados por uma entidade que geram benefícios presentes ou futuros. Segundo Hendriksen e Breda (1999), ativos devem ser definidos como potenciais fluxos de serviço ou como direitos a benefícios futuros que estão no controle da organização.

Para Martins (1972, p.30) a questão é abordada citando que o "ativo é o futuro resultado econômico que se espera obter de um agente", esse agente tem o mesmo sentido de recursos para a economia e abrange os ativos tangíveis e intangíveis. Estas definições não são tão aparentemente simples, pois não apresentam uma definição clara de quais recursos foram selecionados.

Outro fator relevante, são os critérios de reconhecimento dos ativos. Segundo Hendriksen e Breda (1999) os ativos devem ser reconhecidos quando preencherem estes requisitos: corresponderem à definição de ativo; serem relevantes: a informação é capaz de fazer diferença na tomada de decisões; serem mensuráveis: existência de um atributo relevante de mensuração confiável; terem valor preciso: a informação é verdadeira, verificável e neutra.

Assim, levando em consideração estas definições a maioria dos ativos intangíveis correspondem à definição de ativo, logo estes devem ser conhecidos como ativo. Porém, existem argumentos de que os intangíveis devem ser tratados de forma diferente dos tangíveis, abaixo algumas supostas características de diferenciação segundo Chambers apud Schmidt e Santos (2002, p.13): Inexistência de usos alternativos; Os ativos intangíveis não podem ser separados da entidade inteira ou de seus ativos físicos; Incerteza quanto ao valor de recuperação e benefícios futuros para a empresa.

6.1. Definição de ativos intangíveis

O termo intangível deriva do latim tangere que significa tocar. Logo, os bens intangíveis são aqueles que não se podem tocar, pois não tem corpo físico. Uma das definições mais adequadas para os teóricos da Contabilidade, é a de Kohler apud Iudícibus (1997, p.203) onde diz que são os "ativos de capital que não têm existência física, cujo valor é limitado pelos direitos e benefícios que, antecipadamente, sua posse confere ao proprietário".

Diante de tais definições, pode-se dizer que os ativos intangíveis são recursos incorpóreos controlados pela empresa que produzem benefícios, e que não se pode tocar nem pegar. Tem-se como exemplo desse ativo segundo Schmidt e Santos (2002) os seguintes elementos: gastos de implantação e pré-operacionais; marcas e nomes de produtos; pesquisa e desenvolvimento; goodwill; patentes; franquias; direitos de autoria; licenças; matrizes de gravação; desenvolvimento de software; certos investimentos de longo prazo.

6.2. Classificação do Ativo Intangível

Diferente das normas internacionais, nas normas brasileiras não existe item que trate especificamente de ativos intangíveis, e nem um grupo no balanço patrimonial que identifique de forma separada este ativo. De uma forma geral, os ativos intangíveis são classificados no ativo diferido de acordo no que dispõe o art. 179, inc.V, da Lei das Sociedades por Ações, com o exemplo de pesquisa e desenvolvimento de produtos, gastos de implantação e pré-operacionais, desenvolvimento de software etc.

Quando no caso em que o ativo intangível for adquirido de forma individualizada, deverá ser registrado por seu custo de aquisição e classificado no balanço patrimonial conforme sua natureza no imobilizado. Porém quando os ativos intangíveis forem adquiridos como parte de uma combinação de negócios, não serão registrados separadamente. Eles vão compor o valor do ágio ou deságio na aquisição dos investimentos. Entretanto, é nesta área que ocorre a maior dificuldade no que diz respeito ao capital intelectual, qual o valor a ser dado para esse capital e qual a forma mais adequada de mensurá-lo.

7. Mensuração do Capital Intelectual

A Contabilidade, por meio de suas técnicas contábeis, demonstra as variações patrimoniais de uma empresa, tal como os ativos intangíveis. Abordar-se a seguir, os critérios mais adequados de mensuração do capital intelectual.

Métodos Tradicionais

Diferença entre o valor de mercado e o valor contábil: Segundo Góis (2000, p. 105-110), é um dos indicadores mais utilizados para medir o capital intelectual. A diferença entre o valor de mercado e o valor contábil, é o valor do capital intelectual.

Razão entre o valor de mercado e o valor contábil: Para Stewart (1998) este é o método em que ocorre a divisão entre o valor de mercado pelo valor contábil, no qual resulta-se o capital intelectual.

"Q" de Tobin: Desenvolvido pelo economista James Tobin este método apresenta a relação entre o valor de mercado de uma empresa e o valor de reposição de seus ativos físicos. Segundo Stewart (1998, p.203) este método elimina os efeitos de diferentes formas de avaliação do ativo.

Navegador do capital intelectual – modelo Stewart: Segundo Stewart (2002, p. 31), o capital intelectual deve analisar o desempenho das empresas por perspectivas, tais como: medidas de capital de cliente, medidas de capital estrutural e medidas de capital humano.

Modelo de Edvinsson & Malone (modelo Skandia): Edvinsson & Malone (1998), definiram um conjunto com índices e indicadores, agrupados em áreas distintas. Para cada área, foi estabelecido indicadores para medir o desempenho a fim de estabelecer um número a valor do capital intelectual.

Modelo de Sveiby: Sveiby (1997, apud Martinez, 1998) desenvolveu uma metodologia para mensuração onde dividi-se os ativos intangíveis em três grupos distintos: Competência das pessoas; Estrutura Interna; e Estrutura Externa

Modelo Heurístico: Jóia (2001, p.35) apresenta um modelo heurístico que considera o vínculo entre o capital intelectual e a estratégia empresarial, de modo que se possa avaliar os ativos intangíveis da empresa.

8. Considerações Finais

O mundo está em constante transformação e sempre irão ocorrer mudanças, a globalização nos mostrou e vem mostrando que tem que correr atrás das evoluções e buscar sempre estar atualizados sobre os acontecimentos que passam por nossa volta. Com a contabilidade não foi e nem será diferente, a contabilidade atravessa mudanças assim como o mundo e, com isso a necessidade de se adaptar aos novos acontecimentos.

O conhecimento torna-se alvo de importantes descobertas na contabilidade. O conhecimento agregado à tecnologia, a oportunidade de bons negócios, ao incentivo, transforma-se em recurso para as empresas. O intelecto torna-se alvo de fonte de renda para as organizações, sendo uma ferramenta que apenas o serem humanos possuem.

Com a valorização do conhecimento ficou claro que podem ser copiados os equipamentos, as máquinas dos concorrentes, os produtos, mas não o seu Capital Intelectual, as suas informações. Este artigo procurou relatar um pouco mais sobre ativo intangível e a importância que o capital intelectual tem dentro de uma organização. Mostrando que o cenário atual que estas organizações estão enquadradas, tem evidenciado cada vez mais o intelecto humano como diferencial. Portanto, concluímos este artigo com o seguinte pensamento: A nova bomba atômica do mercado econômico mundial é a exploração do conhecimento humano.

Referências

- ALMEIDA, M.G.M.; HAJJ, Z.S. Mensuração e avaliação do ativo: uma revisão conceitual e uma abordagem do goodwill e do ativo intelectual. Caderno de Estudos, São Paulo, FIPECAFI, v.9, n.16, jul./dez. de 1997.
- ANTUNES, Maria Thereza Pompa. Contribuição ao entendimento e mensuração do capital intelectual. 1999. Dissertação (Mestrado) – FEA, Universidade de São Paulo.
- ANTUNES, Maria Thereza Pompa, Capital Intelectual. São Paulo: Atlas, 2000.
- BROOKING, Annie, Intellectual capital: core asset for the third millennium enterprise. Boston: Thompson, 1996.
- CRAWFORD, Richard. Na era do capital humano. São Paulo: Atlas, 1994.
- DRUCKER, Peter F. Administrando em tempos de grandes mudanças. Tradução de Nivaldo Montinguelli Jr. 5 edição. São Paulo: Pioneira, 1998.
- DUFFY, D. Uma idéia capital. HSM Management, São Paulo, n.22, set./out. 2000.
- EDVINSSON, Leif; MALONE, Michael S. Capital intellectual. São Paulo: Makron Books, 1998
- GÓIS, C. G. Capital Intelectual: o ativo intangível do século XXI. IN: Congresso Brasileiro de Custos. Anais... Recife/PE. Agosto/2000.
- HENDRIKSEN, Eldon S.; BREDÁ, Michael F.V. Teoria da contabilidade. 5. ed. Tradução de Antônio Zaratto Sanvicente. São Paulo: Atlas, 1999.
- IUDÍCIBUS, Sérgio de, Teoria da contabilidade. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1997.
- JOIA, L. A. Medindo o Capital Intelectual. Revista de Administração de Empresas. São Paulo. Abril/Junho de 2001.
- MARÇULA, M. Metodologia para gestão do conhecimento apoiada pela tecnologia da informação. In: ENCONTRO NACIONAL DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO – ENEGEP, 19., 1999, Rio de Janeiro. Anais... Rio de Janeiro, 1999.
- MARTINEZ, Antonio Lopo. A contabilidade na Era do capital intelectual. Revista Fundação Visconde de Cairu. Salvador-BA, v.1, n.1, mai/1998, p.5-31.
- MARTINS, Eliseu. Contribuição à avaliação do ativo intangível. 1972. Tese (Doutorado) – FEA, Universidade de São Paulo, São Paulo.
- MELONI, Samantha. A Importância do Currículo na Formação do Profissional Contábil. Revista CRC SP nº157. Dez/Jan/Fev 2006.
- SCHIMIDT, Paulo; SANTOS, José Luiz dos. Avaliação de Ativos Intangíveis. São Paulo: Atlas, 2002.
- STEWART, Thomas A. Capital intelectual: a nova vantagem competitiva das empresas. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

STEWART, T. A. A riqueza do conhecimento: o capital intelectual e a organização do século XXI, Rio de Janeiro: Campus, 2002.

Autor: **Ana Lílian Martins, Flavia Ferreira Rosa, Monique Mirian Ferreira e Geraldino C. Araújo**

Contato: geraldino.araujo@gmail.com

Bacharelados em Ciências Contábeis pela UFMS - Três Lagoas/MS e Geraldino Carneiro de Araújo, Administrador (FIRB), Mestre em Agronegócios (UFMS) e docente

Esta e outras matérias você encontra no Portal da Classe Contábil.
www.classecontabil.com.br
