



**FACULDADE DE CIÊNCIAS ECONÔMICAS
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS E ATUARIAIS**

“A EVOLUÇÃO DOS ESTUDOS SOBRE CAPITAL INTELECTUAL”

Augusto Callai Pellegrini

PORTO ALEGRE

2010

A Evolução dos estudos sobre capital intelectual,
curso de Ciências Contábeis da Universidade
Federal do Rio Grande do Sul, orientação Dr. **Paulo**
Schimidt.

PORTO ALEGRE

2010

A EVOLUÇÃO DOS ESTUDOS SOBRE CAPITAL INTELECTUAL

Augusto Callai Pellegrini

Resumo:

Este estudo tem como foco a preocupação atual na avaliação e administração do Capital Intelectual, sendo este uma vantagem competitiva existente nas empresas. A gestão do conhecimento e a informação são peças fundamentais para o desenvolvimento e consolidação das entidades neste mundo globalizado. Atualmente a ciência contábil tem a obrigação de atender às exigências da sociedade sendo a principal responsável pela avaliação do patrimônio. Para SÁ (1999), *“todo estudo deriva da observação, da percepção dos fatos e é preciso partir de algumas premissas para que se encontrem as verdades”*. A contabilidade, tem por objetivo prestar informações para atender às necessidades de planejamento, execução, controle e tomada de decisão. Busca, constantemente novos métodos de mensuração e avaliação do diversos meios e recursos que compõem a entidade patrimonial. Devido a sua grande subjetividade, foram desenvolvidos algumas formas de avaliar o Capital Intelectual, às quais a contabilidade se responsabiliza em aperfeiçoar continuamente.

Palavras-chave: capital intelectual, goodwill, mensuração, patrimônio.

1 Introdução

Desde o século passado nota-se que estão ocorrendo mudanças na sociedade que ora culminam num processo de globalização mundial, com rápido avanço das tecnologias de produção, informática e de telecomunicação, assim como em outras

transformações que sugerem novas formas de percepção e interpretação da sociedade como um todo. Esse período de gradativas mudanças na economia mundial vem sendo apontado por muitos estudiosos do assunto como o período de transição de uma Sociedade Industrial para uma Sociedade do Conhecimento, evidentemente os recursos utilizados na produção eram valorizados - terra, capital e trabalho -, agora se junta o conhecimento, o que altera, principalmente, a estrutura econômica das empresas e, sobretudo, a forma de valorizar o ser humano.

O rumo da economia fundamenta-se em idéias. O grande número de pessoas engajadas em processo de pesquisa, criando técnicas, materializando idéias, construindo novas oportunidades de negócios, tende, cada vez mais, a superar o número de pessoas que estarão trabalhando diretamente na produção física, o mesmo ocorrendo em relação aos de recursos financeiros e de conhecimento investidos. Isso tornará essencial que se realizem profundas modificações na estrutura e na administração das empresas para que continuem competitivas.

O conhecimento pode ser intangível, mas isso não significa que não possa ser medido, o valor de mercado das empresas não depende apenas do seu valor patrimonial físico, mas principalmente de seu Capital Intelectual.

Santos Neto (2003) compreende que a sobrevivência da empresa dependerá diretamente das qualidades individuais e coletivas de seus produtos e serviços, deverá ser composta de um qualificado capital humano proveniente de conhecimentos adquiridos com as experiências das pessoas.

Sendo assim, o Capital Intelectual destaca-se por ser o conjunto de informações encontradas nas empresas e o potencial das pessoas em gerar conhecimento e inovar mediante a utilização da inteligência e não do capital monetário.

Então, para que o Capital Intelectual exista, precisamos a reunião de três elementos:

Capital Humano: composto pelo conhecimento, poder de inovação e habilidades dos empregados, além de valores como cultura e a filosofia da empresa.

Capital Estrutural: equipamentos de informática, softwares, banco de dados, patentes, marcas registradas e tudo o mais que apóia a produtividade dos empregados.

Capital de Clientes: bom relacionamento com os clientes. (Pompa, 2000).

Capital Intelectual está classificado como um ativo intangível. Dentro dos intangíveis destacam-se dois grupos de acordo com Paulo Schmidt e José Luiz dos Santos (2000): Identificáveis e o não identificável. Sendo que o primeiro são os que se podem dar nomes, como as marcas e patentes (licenças, franquias, direitos autorais). O segundo já contempla a qualidade, confiabilidade, tecnologia e a lealdade dos clientes, os quais são chamados de Goodwill, pois não há meios de identificá-los individualmente. Goodwill é a diferença entre o valor de mercado e o valor contábil onde a empresa que possui um Capital Intelectual elevado tem seu valor de mercado mais alto do que seu valor contábil.

Conforme pontifica Stewart (1997, p. 19 e 20), o (...) capital intelectual é a soma de tudo que todos em uma empresa sabem, que lhe propicia uma vantagem competitiva (...). O capital intelectual é ativo intangível, traduzindo o conhecimento de uma força de trabalho. É também (...) material intelectual – conhecimento, informação, propriedade intelectual, experiência – que podem ser usados para criar riqueza. É poder intelectual coletivo (...).

Através de uma metodologia de pesquisa exploratória de revisão bibliográfica, Lakatos e Marconi (1996) dizem que por se tratar de um estudo sobre um tema específico ou particular de suficiente valor representativo investiga determinado assunto não só em profundidade, mas em todos os seus ângulos e aspectos, dependendo dos fins a que se destina. Este, busca traçar como está a evolução das ferramentas de mensuração de capital intelectual nas últimas décadas. Ele também aponta a relevância da mensuração do intangível, demonstrando que, o correto entendimento do conhecimento existente na organização, permite a sua melhor utilização pela empresa. Além disso, descreve os elementos que o constituem e Identifica algumas formas de mensurá-lo.

Portanto, cabe ressaltar que o conhecimento das capacidades e competências de uma organização é fundamental para avaliar o seu grau de adaptação às demandas do ambiente, tais como, domínio de tecnologias, conhecimento dos clientes e dos concorrentes e monitoramento de novas tendências. Brooking (1996), ressalta que o conhecimento dos ativos intangíveis da organização permite validar a capacidade da organização atingir seus objetivos

2 Capital intelectual

Devido a grande relevância acerca da mensuração do capital intelectual, as organizações, demonstram que o correto entendimento do conhecimento existente na instituição permite a sua melhor utilização, além de uma escolha bem sucedida na sua estratégia de ação e dos pontos em que deve se capacitar.

Portanto, cabe ressaltar que o conhecimento das capacidades e competências de uma organização é fundamental para avaliar o seu grau de adaptação às demandas do ambiente, tais como, domínio de tecnologias, conhecimento dos clientes e dos concorrentes e monitoramento de novas tendências. Brooking (1996), ressalta que o conhecimento dos ativos intangíveis da organização permite validar a capacidade da organização atingir seus objetivos. Assim, a mensuração dos ativos intelectuais amplia a memória organizacional, uma vez que identifica os recursos e indivíduos chave, os quais podem ser mais bem aproveitados, ao invés de se investir eternamente na reinvenção dessas capacidades.

Então, dentre os fatores que geram o Capital Intelectual nas empresas, conforme Catlett e Olson (apud MARTINS, 1972) destacam-se:

- Conhecimento, por parte do funcionário, do que representa o seu trabalho para o objetivo global da companhia.
- Esforço da empresa em alocar a pessoa certa na função adequada, considerando suas habilidades.

- Existência de oportunidade para desenvolvimento profissional e pessoal.
- Avaliação do retorno sobre o investimento realizado em Pesquisa & Desenvolvimento (P&D).
- Identificação do know-how gerado pela P&D.
- Identificação dos clientes recorrentes.
- Existência de uma estratégia proativa para tratar a propriedade intelectual.
- Mensuração do valor da marca.
- Sinergia entre os programas de treinamento e os objetivos corporativos.
- Existência de uma infra-estrutura para ajudar os funcionários a desempenharem um bom trabalho.
- Valorização das opiniões dos funcionários sobre os aspectos de trabalho.
- Participação dos funcionários na elaboração dos objetivos traçados, bem como na inovação destes.
- Valorização da cultura organizacional.

Edvinsson e Malone (1997, p. 23) ressaltam que o Capital Humano refere-se “à combinação de conhecimento, competências, capacidade inovativa, habilidade e experiência que os funcionários e gerentes de uma companhia detêm, para realizar as atividades”. Nessa definição, pode-se incluir os valores, a cultura e a filosofia da companhia; a criatividade e sua capacidade de inovação.

Segundo Brooking (1996: 12-13) capital intelectual é “uma combinação de ativos intangíveis, frutos das mudanças nas áreas da tecnologia da informação, mídia e comunicação, que trazem benefícios intangíveis para as entidades e que capacitam o funcionamento das mesmas”.

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.

2.1 Formas de conhecimento

O conhecimento sempre desempenhou importante papel nas grandes transformações sociais, é ele quem gera o capital intelectual agregando valor aos produtos e serviços.

- **Conhecimento Tácito:** É aquele que adquirimos através da nossa experiência, ações, idéias, valores e emoções. O conhecimento tácito também pode ser visto como aquele que o indivíduo adquiriu ao longo da vida, que está na cabeça das pessoas. Geralmente é difícil de ser formalizado ou explicado. Ele pode ser detido por uma pessoa, ou ainda por um grupo. O conhecimento que este indivíduo ou grupo detém, é utilizado por este para a geração de suas decisões e ações na empresa. Ele começa a poder ser utilizado pela organização a partir do momento que ele é transmitido para os demais grupos e pessoas.

- **Conhecimento Explícito:** Nonaka e Takeuchi (1997) explicam que pode ser expresso através de palavras e números e facilmente compartilhado sob a forma de dados brutos, fórmulas científicas e procedimentos ele está documentado de alguma forma, como: arquivos informatizados, textos, gráficos, dados imagens, sons. Está sempre ao alcance do grupo, é bem mais compartilhado que o tácito, pois é de fácil acesso por poder ser reproduzido.

- **Conhecimento organizacional:** saber como o seu conhecimento está sendo guardado e desenvolvido é de extrema importância para as instituições. Porém as organizações não têm dado muito valor a isso, posto que os seus executivos estão mais focados e preocupados com resultados financeiros do que na evolução e disseminação do seu conhecimento. O conhecimento organizacional é aquele obtido através da experiência (know-how) de seus profissionais em cursos e nas atividades do dia-a-dia. Portanto o conhecimento organizacional destaca atenção às pessoas, como responsáveis pela geração e evolução dos negócios, por intermédio da criação e aplicação de conhecimentos, habilidades e experiências, agregando valor a produtos, serviços e ao relacionamento com os Clientes, bem como melhorando o desempenho empresarial.

2.2– Capital Intelectual: Fonte de Intangíveis

O capital intelectual pode ser dividido em três grandes grupos. O capital humano, o capital estrutural e o capital do cliente. Todos são intangíveis, e é a soma deles que cria o capital intelectual.

2.2.1 Capital humano

A noção de capital humano desenvolveu-se rapidamente nos últimos séculos. Kraemer (2004) explica que as pessoas geram capital para a empresa através de sua competência, sua atitude e sua capacidade para inovar. As competências incluem as habilidades e a educação e a atitude se refere às condutas. É a fonte de inovação e renovação. Porém, é finalmente a capacidade de inovar, a que pode gerar mais valor para uma companhia. Tudo isto constitui o que chamamos de capital humano.

O capital humano é o conhecimento acumulado, a habilidade, experiência, cultura, filosofia e dedicação do funcionário.

Crawford (1994) argumenta que “o capital físico e financeiro pode adicionar valor ao capital humano pois permite que o indivíduo aumente sua produtividade e seja mais bem pago por suas habilidades profissionais. Da mesma forma, o capital humano contribui essencialmente para a produção de capital físico, pois as pessoas qualificadas inventam novos equipamentos e/ou criam novos negócios”.

O capital humano, portanto, é um ativo da empresa, onde a estratégia é reter, desenvolver e aproveitar o máximo o talento humano, que será cada vez mais, a principal vantagem competitiva. Até por que é este que desenvolverá os demais capitais da organização, o estrutural e o de clientes. É o principal responsável pelo futuro da companhia, pois, sem um gerenciamento adequado deste requisito, nenhuma empresa terá sucesso com suas metas e objetivos e, conseqüentemente, não alcançará os resultados esperados.

2.2.2 - Capital Estrutural

São os ativos intangíveis relacionados com a estrutura e os processos de funcionamento interno e externo da organização que apóiam o capital humano: é aquilo que permanece na empresa quando os empregados vão para casa.

É tudo aquilo que suporta as ações empresariais e o capital humano da organização; por exemplo:

- Sistemas de gestão
- Filosofia da empresa
- Processos
- Patentes
- Cultura e valores da organização
- Gestão da informação
- Sistemas de suporte em geral
- Sistemas de recompensa
- Gestão de Projetos

Edvinsson (1997) propõe a seguinte divisão para o capital estrutural:

Capital organizacional abrange o investimento da empresa em sistemas, instrumentos e filosofia operacional que agilizam o fluxo de conhecimento pela organização, bem como em direção às áreas externas, como aquelas voltadas para os canais de suprimento e distribuição.

Capital de inovação refere-se à capacidade de renovação e aos resultados da inovação sob a forma de direitos comerciais amparados por lei, propriedade intelectual e outros ativos e talentos intangíveis utilizados para criar e colocar rapidamente no mercado de novos produtos e serviços.

Capital de processos é constituído por aqueles processos, técnicas (como o ISO 9000) e programas direcionados aos empregados, que aumentam e ampliam a eficiência da produção ou a prestação de serviços. É o tipo de conhecimento prático empregado na criação contínua de valor.

2.2.3 – Capital do Cliente

É o valor dos relacionamentos de uma empresa com as pessoas com as quais faz negócios. É definido como o valor de sua franquia, seus relacionamentos contínuos com pessoas e organizações para as quais vende. O resultado do capital do cliente está intimamente relacionado aos índices de fidelização, retenção e satisfação do cliente, relacionamento com a cadeia de valor e penetração, amplitude, cobertura, conquista e manutenção de mercado.

Segundo Sveby (1998) existem três tipos de clientes, os que melhoram a imagem, no qual suas referências e seus depoimentos são muitos valiosos; os clientes que melhoram a organização, esses exigem soluções de ponta, melhorando a estrutura interna da empresa; e os clientes que aumentam a competência, que contribuem com projetos que desafiam a competência dos funcionários, fazendo que os funcionários aprendam com eles.

3 MENSURAÇÃO DE ATIVOS INTANGÍVEIS (CAPITAL INTELECTUAL)

Jóia (2001, p. 57) argumenta que “a atribuição de valores para o Capital Intelectual Corporativo e seus componentes só tem função, se apresentar uma ligação com a Estratégia Empresarial”. Assim sendo “todo o capital intangível pode, então, ser calculado pela combinação dos dados disponíveis para os indicadores e seus pesos”. O autor defende a necessidade de atribuir pesos aos indicadores que os representam, conforme seu impacto sobre a estratégia organizacional.

A contabilidade vem procurando meios de mensurar e evidenciar o capital intelectual, Hendriksen e Van Breda (1999, p.304) explicam que, “mensuração é o processo de atribuição de valores monetários significativos a objetos ou eventos associados a uma empresa, e obtidos de modo a permitir agregação ou desagregação, quando exigida em situações específicas”.

Portanto, é relevante a utilização de instrumentos adequados para mensurar o capital intelectual, pois o mercado vem atribuindo às empresas valor superior aqueles encontrados nos elementos contábeis.

A partir disto alguns modelos foram desenvolvidos para esta mensuração, dentre os quais destacam-se:

Modelo de mensuração do capital intelectual da Skandia;

“Q” de Tobin;

Navegador do capital intelectual – modelo de Stewart;

Modelo de Sveiby.

3.1 Modelo de mensuração do capital intelectual da Skandia

O primeiro modelo de mensuração foi elaborado pelo grupo Skandia que abrange cinco áreas distintas: financeira; clientes; processo; renovação e desenvolvimento; humano. Esse modelo chamou-se de *Skandia Navigator* (representada no Navegador Skandia na forma evidenciada na Figura 1), pois foi desenvolvido para encontrar uma forma de avaliar e revelar o valor da empresa para o mercado quando os líderes da empresa perceberam que havia uma série de ativos invisíveis que não eram reconhecidos pela bolsa de valores.

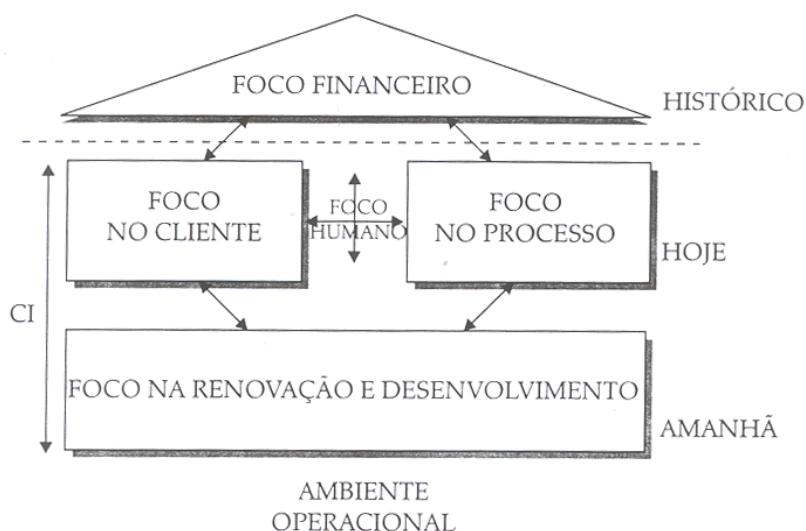


Figura 1: Navegador Skandia - Edvinsson e Malone (1998, p.60).

3.2 “Q” de Tobin

Conforme Stewart (1998), o “Q” de Tobin não foi desenvolvido como uma medida do capital intelectual, embora considere como boa avaliação. É uma razão desenvolvida pelo economista James Tobin que compara o valor de mercado de um ativo ao seu custo de reposição.

$$(Q=VM/CR)$$

Este método prevê decisões de investimentos independentemente de influências macroeconômicas. Mesmo não sendo uma medida desenvolvida para medir especificamente o capital intelectual, é um bom referencial, ao comparar o valor de mercado da empresa e o custo de reposição de seus ativos.

Num formato mais simplificado, o Q é definido pela razão entre Valor de Mercado da Firma e o Custo de Reposição de seus Ativos Físicos. Os seus diferentes níveis representam um incentivo à novos investimentos. Se o Q for maior que 1, na margem, a firma tem incentivo a investir, pois suas ações estão apresentando valorização, fazendo com que o valor do capital físico investido supere seu custo. Se menor que 1, a firma não terá incentivo a investir, já que suas ações sofreram desvalorização (LINDENBERG e ROSS, 1981).

É possível calcular o “Q” de Tobim para ativos específicos, como veículos, máquinas, edificações, ou para empresa como um todo. Nas indústrias de software, onde o capital intelectual é abundante, o “Q” de Tobim tende para um número igual ou superior a 7 (sete) ou mais e nas companhias de capital físico, este indicador tende para valores aproximados de 1 (um).

3.3. Navegador do Capital Intelectual – modelo de Stewart

Stewart (1998), idealizador deste modelo, compreende que uma medida única não é suficiente para avaliar o capital intelectual de uma organização. Assim, ele sugere que se mensure o capital intelectual por meio de indicadores relacionados ao capital humano, estrutural e do cliente, além de um valor que dê a idéia do todo. Para isso, propõe a utilização de um gráfico radar, uma vez que este permite a criação de um quadro coerente de vários tipos heterogêneos de dados.

Stewart (1998) explica ainda que, o gráfico radar começa com um círculo que irradia linhas de acordo com a quantidade de indicadores que se deseja avaliar. Cada uma destas linhas deve ser marcada com uma escala, que pode variar entre razões, percentuais ou valores absolutos. Normalmente, coloca-se zero no centro do gráfico, e na sua extremidade a meta que a empresa deseja alcançar.

Este modelo compreende diversas variáveis: satisfação do cliente, valor da marca, atitudes dos funcionários, giros de capital, participação de novos produtos na receita total, participação no mercado e rotatividade de trabalhadores do conhecimento. Representado através de um gráfico, o modelo apresenta a situação atual e indica a situação desejada além de possibilitar a análise de vários elementos simultaneamente.



Fonte: Stewart (1998)

Figura 2 – navegador do capital intelectual

Através do gráfico, pode-se constatar que a empresa imaginária está bem próximo às metas no que se refere aos indicadores de retenção dos clientes e atitude dos funcionários. Entretanto, é preciso averiguar a satisfação de seus clientes e o motivo da rotatividade de seus trabalhadores do conhecimento, em virtude que estes indicadores estão bem distantes de suas metas. Além disso, ressalta-se que, apesar da empresa manter um alto índice de retenção de clientes, estes se apresentam insatisfeitos. Esta é outra situação que requer minuciosa atenção.

Também é possível observar, que a utilização de apenas três indicadores, para cada uma das medidas apresentadas, não ocorre por acaso. Stewart (1998, p.218) explica que, para obter informações importantes, deve-se manter a simplicidade, avaliar o que é estrategicamente importante e avaliar atividades que produzem riqueza intelectual. Logo, a flexibilidade inerente ao modelo constitui-se em uma das suas vantagens.

Esta flexibilidade permite inferir que as organizações devem escolher os indicadores de acordo com seus objetivos e estratégias, mantendo a simplicidade necessária ao modelo. Caso estes indicadores sejam econômico-financeiros, tem-se a contabilidade como principal fornecedora de informações. Ainda, se não forem indicadores econômico-financeiros, mas estiverem relacionados ao capital humano, há grande probabilidade de, novamente, a contabilidade contribuir com as informações dispostas no Balanço Social.

3.4 Modelo de Sveiby

No modelo de Sveiby, também é encontrada uma contribuição da contabilidade através de índices econômico-financeiros e relacionados ao capital humano.

O modelo "monitor de ativos intangíveis", Sveiby (1998) considera um conjunto de indicadores, distribuídos sob três perspectivas: estrutura externa, interna e competências individuais. Para cada uma destas perspectivas, sugere que sejam

avaliados alguns indicadores relacionados ao crescimento e renovação, eficiência e estabilidade.

Ativos Intangíveis		
<p>Estrutura Externa Crescimento/Renovação Crescimento orgânico do volume de vendas. Aumento da participação de mercado. Índice de clientes satisfeitos ou índice da qualidade.</p>	<p>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.</p>	<p>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.</p>
<p>Eficiência Lucro por cliente. Vendas por profissional.</p>	<p>Eficiência Proporção de pessoal de suporte. Vendas por funcionários de suporte.</p>	<p>Eficiência Mudança no valor agregado por profissional. Mudança na proporção de profissionais.</p>
<p>Estabilidade Frequência da repetição de pedidos. Estrutura etária.</p>	<p>Estabilidade Idade da organização. Taxa de novatos.</p>	<p>Estabilidade Taxa de rotatividade dos profissionais</p>

Figura 3 – Monitor de Ativos Intangíveis- Sveiby (1998, p.238).

A grande questão para a abordagem de gestão do conhecimento como gestão dos ativos intelectuais é aquela exaustivamente trabalhada pelos autores citados. Como exemplificam Edvinsson e Malone (1997), fatores como a tecnologia de informação e a qualidade do relacionamento com o cliente desempenham um papel importante no suporte à criação de valor para a organização. Entretanto, os métodos convencionais de análise das organizações deixam muito a desejar no que tange à avaliação desses fatores.

Não é recente a preocupação da Contabilidade em identificar e mensurar os valores intangíveis de uma empresa. Capital Intelectual é um conceito que identifica e agrupa elementos intangíveis. Portanto, o Goodwill apresenta-se como um conceito mais abrangente do que o do Capital Intelectual, considerando todas as conclusões. E,

principalmente, Capital Intelectual não é um conceito novo e, muito menos, desconhecido pela Contabilidade.

A mensuração do CI serve de instrumento de apoio ao gerenciamento para aumentar a competitividade das empresas buscando o aumento da valorização de sua marca, agregando valor aos seus produtos e serviços. Os gestores devem analisar qual a melhor forma de utilizar instrumentos de mensuração conforme as peculiaridades de sua empresa.

É evidente o interesse pela avaliação do CI, tanto pelos acadêmicos, empresários, contabilistas, investidores e administradores públicos, pois a importância na identificação e gerenciamento desses ativos está diretamente ligado ao crescimento e o desenvolvimento da empresa, bem como a sua perpetuação.

4 CONCLUSÃO

Hoje em dia ficou muito fácil copiar os equipamentos, produtos, design procedimentos dos concorrentes, mas não seu capital intelectual, sendo assim, ele se torna sua maior vantagem competitiva.

Com a dinâmica das mudanças econômicas, tecnológicas, políticas e sociais, houve uma profunda alteração da estrutura e dos valores da sociedade. Neste novo momento, o conhecimento passou a ter uma importância fundamental em todas as atividades econômicas, como seu principal ingrediente.

As pessoas são o centro das atenções nas organizações, delas se podem obter as maiores vantagens competitivas. O know-how das pessoas está sendo disputado a todo momento, nos séculos passados o interesse era somente por trabalhos físicos, porém com a introdução e o aprimoramento da tecnologia interesse passou a ser o capital intelectual.

Em vista disso, é fundamental que a administração tenha alguns cuidados sobre os funcionários com maior capital intelectual adquiridos não mudem para outras áreas

ou empresas e mesmo que permaneçam, não percam a motivação para o constante aperfeiçoamento.

Para que as pessoas permaneçam motivadas se faz necessário o reconhecimento de sua importância, oportunidades de desenvolvimento e envolvimento no processo, capacitação, benefícios, entre outros, a fim de mantê-los na organização.

Sendo assim, conclui-se que as organizações terão que aprender a valorizar seu recurso humano, pois só terá sucesso quem souber gerir seu capital intelectual. As pessoas serão o recurso mais desejado e disputado nos próximos anos, afinal não existem organizações sem pessoas.

Apesar das dificuldades encontradas na avaliação e mensuração do capital intelectual, a ciência contábil está procurando evidenciar todos os elementos que interagem sobre o patrimônio.

Então, visto que os ativos intangíveis, são e serão incorporados às estruturas empresariais na busca constante de melhorias dos processos operacionais vale demonstrar a necessidade e a importância que os contabilistas tem em dispor de instrumentos que permitam gerar a informação de que o mercado necessita,

Entretanto, não podemos deixar de reconhecer a necessidade permanente de mudanças e alguns ajustes nos sistemas e práticas contábeis para que essa nova realidade seja devidamente reconhecida e refletida nos registros contábeis. Na verdade, as informações sobre o capital intelectual vêm a complementar e ampliar as informações contábeis atuais.

EVOLUTION OF STUDIES ON INTELLECTUAL CAPITAL

Abstract

This study focuses on the current concern on the assessment and management of Intellectual Capital, which is an existing competitive advantage within companies. Knowledge management and information are fundamental to the development and

consolidation of entities in this globalizing world. Currently, the Accounting science is required to meet the demands of society is the main responsible for the evaluation of heritage. To Sá (1999), "every study derives from the observation, the perception of the facts and it takes from some assumptions in order to find the truth." The accounts, aims to provide information to meet the needs of planning, implementation, control and decision making. Search constantly new methods of measurement and evaluation of various means and resources that comprise the entity sheet. Due to its highly subjective, some forms were developed to evaluate the intellectual capital to which the accounting responsibility in continuous improvement.

Keywords: intellectual capital, goodwill, measurement, asset

5 Referências

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.

EDVINSSON, Leif; MALONE, Michael S. **Intellectual Capital – Realizing your Company's True Value by Finding its Hidden Brainpower**. New York: Ed. Harper Business, 1997.

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

Gil, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

HENDRIKSEN, Eldon S. e VAN BREDA, Michael F. **Teoria da contabilidade**. Tradução por Antonio Zoratto Sanvicente. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

JÓIA, Luiz Antonio. **Medindo o Capital Intelectual**. RAE: revista de administração de empresas, Rio de Janeiro, 2001.

KRAEMER, Maria Elisabeth Pereira. **Capital intelectual: A nova vantagem competitiva**, <http://www.gestiopolis.com/recursos3/docs/ger/capintel.htm>

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia do trabalho científico**. São Paulo: Atlas, 1996.

LINDENBERG, E; ROSS, S. **Tobin's Q Ratio and Industrial Organization**, Journal of Business, v. 54, 1981.

MARTINS, Eliseu. **Contribuição a avaliação do ativo intangível**. São Paulo: USP, 1972, Tese, Universidade de São Paulo, 1972.

NONAKA, I. & TAKEUCHI, H. **Criação de conhecimento na empresa: como as empresas japonesas geram a dinâmica da inovação**. 10. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1997

RICHARDSON, Roberto Jarry. **Pesquisa social: métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

SANTOS NETO, U. **O impacto da mudança nas organizações**. Revista de administração da FAESP , 2003.

SÁ, Antônio Lopes de; SÁ, Ana M. Lopes de. **Dicionário de da Contabilidade**. São Paulo: Editora Atlas, 1995.

SCHIMID, Paulo. SANTOS, José Luiz dos. **Avaliação de ativos intangíveis**. São Paulo: Atlas, 2000.

STEWART, Thomas A. **Capital Intelectual**. 9ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 1988.

SVEIBY, Karl Erik. **A nova riqueza das organizações**. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

MARTINS, Eliseu. **Contribuição à Avaliação do Ativo Intangível**. Tese (Doutorado). Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade São Paulo. São Paulo, 1972.