

Capital intelectual como vantagem competitiva: um estudo bibliográfico

Resumo

O presente artigo tem o objetivo de contribuir para o entendimento da importância do capital intelectual como vantagem competitiva para o sucesso das empresas, por meio de sua gestão estratégica, em seu repertório de práticas administrativas e desenvolver seu potencial inovador, representados pelas diferentes formas de conhecimento. Neste sentido, obteve como método um estudo de caráter exploratório, com o intuito de conceituar o capital intelectual, como vantagem competitiva e sustentável para as organizações. Foram apresentados diversos estudos que demonstram como o conhecimento é considerado uma das principais fontes essenciais para a vitalidade das organizações e a competitividade dos negócios.

Palavras-chave: Capital Humano, Empresa, Gestão.

Intellectual capital as a competitive advantage: a bibliographic study

Abstract

This article aims to contribute to the understanding of the importance of intellectual capital as a competitive advantage for their business success, through its strategic management in their repertoire of administrative practices and develop their innovative potential, represented by different forms of knowledge. In this sense, obtained as a study method exploratory study in order to conceptualize intellectual capital as competitive and sustainable advantage for organizations. Several studies that demonstrate how knowledge is considered one of the main sources essential to the vitality and competitiveness of business organizations were presented.

Keywords: Human Capital, Business, Management.

¹ Professor da Universidade Federal da Grande Dourados. (fabiano.gm12@hotmail.com)

² Professor do Curso de Turismo da Universidade Estadual Paulista Julio de Mesquita Filho, Campus de Rosana. (violin@rosana.unesp.br)

³ Doutoranda em Programa de Pós Graduação em Psicologia da Universidade Estadual Paulista Julio de Mesquita Filho, Campus de Assis. (lupsico.codognoto@gmail.com)

1 Introdução

O presente artigo vem apresentar algumas definições de Capital Intelectual, sua contribuição para o crescimento econômico da organização e o impacto causado nas empresas oriundo do investimento em capacitação, informação e capital humano. O mesmo descreverá as características, a composição da estrutura e quais as vantagens e necessidades de se realizar investimentos no recurso: capital humano, que cada organização possui.

A principal finalidade deste estudo é demonstrar como o diferencial competitivo que se identifica no capital intelectual agrega valor às organizações. Observa-se que a transição da sociedade industrial para a sociedade do conhecimento gerou mudanças gradativas, pois até então, os recursos existentes valorizados e utilizados na produção eram a terra, o capital e o trabalho. Com o novo cenário, caracterizado como a era do conhecimento, acrescentou-se a estes fatores, o conhecimento e assim alterou-se principalmente, a estrutura organizacional, de modo a valorizar o ser humano como recurso inovador e imprescindível no núcleo econômico.

Quando se fala em capital intelectual, várias são as contextualizações inseridas nos estudos acadêmicos (tais autores como Stewart (1998), Antunes (2007), Schmidt e Santos (2002) entre os demais autores citados no decorrer do estudo que abordam o assunto) e vários são os termos tais como: conhecimento, informação, competência, habilidade, criatividade, capital humano e capacidade inovadora, elementos estes que tem tido efeito fundamental para o desenvolvimento das organizações que se atentam às ferramentas que são imprescindíveis em um ambiente no qual há competitividade.

Apresenta-se como problemática para este artigo: “O capital intelectual pode ser considerado como um ativo intangível que se caracterize como vantagem competitiva nas organizações?”.

Com os resultados do pretendeu-se demonstrar que, para que as empresas obtenham sucesso através de suas atividades, as mesmas necessitam reconhecer o potencial humano que possuem, investir em capacitação, identificar habilidades, estimular o desenvolvimento profissional e pessoal, estabelecer políticas que desenvolvam a informação e o conhecimento, pois ambas as variáveis estão inseridas em todos os tipos de negociação existente. Sem a ação das pessoas tornar-se-ia inviável qualquer tipo de negociação ou atividade econômica, por isso faz-se importante realizar um trabalho que demonstre como o capital intelectual pode contribuir na geração de conhecimento e vantagem competitiva na organização.

O artigo é estruturado através de um estudo bibliográfico, avaliando o capital intelectual como uma ferramenta que proporciona vantagem competitiva para as organizações: a) apresentar as definições de capital intelectual e como é composta a estrutura deste ativo; b) demonstrar como o capital intelectual pode contribuir para o bom desempenho das atividades econômicas e os resultados das organizações; c) mostrar de que maneira o conhecimento pode contribuir para o sucesso da organização e das pessoas.

2 Referencial Teórico

2.1 As Organizações e as Pessoas

É fato que toda organização é constituída basicamente por pessoas, sem elas, é impossível a organização existir e delas dependem o seu sucesso, o prestígio e a continuidade da mesma.

A unidade básica das organizações é composta por pessoas. Atualmente nos recursos humanos, o foco possui duas vertentes para considerar as pessoas: “pessoas como pessoas (dotadas de características próprias de personalidade e de individualidade, aspirações, valores, atitudes, motivações, personalidade e objetivos), e as pessoas como recursos (dotadas de habilidades, capacidades, destrezas e conhecimentos necessários para o desempenho da tarefa organizacional)” (SANTOS, 2007, p.7).



Assim sendo, apresentar-se-á no seguinte parágrafo, o conceito de organização para que se possibilite uma compreensão mais clara desse seguimento:

“A organização é um arranjo sistemático de duas ou mais pessoas que cumprem papéis formais e compartilham um propósito comum” (ROBBINS, 2002, p.31).

De acordo com o mesmo autor, é fundamental compreender que um funcionário não é uma peça descartável que executa apenas operacionalmente o serviço, mas que, como pessoa, compõe a força evolutiva da empresa e agrega valores através de suas experiências, crenças, cultura e vivências organizacionais.

Entretanto, ao avaliar as aptidões e capacidades das pessoas na organização, torna-se necessário a valorização do funcionário como indivíduo e o correto direcionamento de sua função, de acordo com as qualidades demonstradas em sua atuação.

Leone (2010), comenta que em uma organização, deve ser prioridade, desenvolver um compromisso com os seus colaboradores, conseqüentemente adquirir uma parceria de trabalho forte e competitiva. Acrescentam ainda que, a cobrança da eficiência profissional está estimulando uma competição crescente e essa situação tem exigido aprimoramento e busca de todo tipo de conhecimento que possa ser usado em benefício das organizações.

Segundo Tinoco (1996), na busca pela qualidade, alguns fatores motivam as pessoas a se comprometerem mais com a organização, os quais devem ser identificados e conhecidos pela liderança. Descreve ainda que, uma vez conhecidas às forças do comportamento humano relacionado ao gerenciamento para a qualidade, caberá ao gestor, examinar como essas forças dificultam ou promovem a obtenção de alta qualidade, estabelecendo as tomadas de decisões e as ações gerenciais precisas para canalizar essas forças comportamentais em direções construtivas.

É preciso que as empresas percebam que os seres humanos em suas funções, não são apenas pessoas movimentando ativos, mas sim que eles próprios são os ativos que podem ser valorizados, medidos e desenvolvidos como qualquer outro ativo da corporação. E principalmente, que os trabalhadores são ativos dinâmicos que podem ter seu valor aumentado, e não ativos inertes que perdem o valor com o passar do tempo (SANTOS, 2007).

Chiavenato (2000), cita que a principal e mais importante função da área de gestão de pessoas é garantir que a empresa possua um conjunto de talentos humanos plenamente identificados com a missão e a visão da organização e conseqüentemente, dispostos a ajudá-la a atingir seus objetivos. E vai ainda mais além, quando afirma que são as pessoas que trazem valor às organizações através de suas competências e interação mútua e por isso, estas não devem ser consideradas como custos operacionais, mas sim, como fonte de receita.

As organizações possuem um recurso específico e primordial, representado pelas pessoas que a compõem, estas que por sua vez, tem se transformado cada vez mais em ganhos e produtividade para as empresas, em virtude da competitividade global e da luta pela sobrevivência das organizações.

2.2 A Era do Conhecimento

Para a compreensão das principais características da era do conhecimento, julga-se importante definir-se o que se entende por conhecimento, diferenciando o seu significado no sentido lato de seu sentido stricto, e assim correlacioná-lo com informação.

De acordo com Antunes (2007), deve-se distinguir, entre os filósofos, duas correntes opostas quanto à origem do conhecimento, pois, segundo a autora, os empíricos afirmam que o conhecimento é derivado da experiência sensível – ou seja, conhecimento a posteriori-, verificando-se ou falsificando-se em função dessa mesma experiência. Segundo a autora, os

racionalistas, por sua vez, afirmam que o conhecimento é derivado da razão – conhecimento a priori -, sem referir à experiência sensível.

Para Giles (1993, p. 23), “a filosofia define conhecimento como ato mental, fundamentado na experiência sensível, pelo qual se formulam juízos verdadeiros e seguros a respeito de algum objeto ou realidade”.

Gomes e Braga (2002), corrobora com a colocação exposta por Giles (1993), pois o mesmo define:

“Conhecimento é a capacidade de entender o conceito e a estruturação de um assunto, bem como efetivar sua aplicação em uma realidade específica” (GOMES; BRAGA, 2002, p.73).

Antunes (2007), comenta que na linguagem do cotidiano, quando se diz que alguém tem conhecimento sobre determinado assunto ou se pergunta se já tomou conhecimento de algo, isso quer dizer que se possui domínio sobre o assunto ou perguntar se sabe sobre algo que já aconteceu como, por exemplo, uma notícia ou informação.

Já Stewart (1998), afirma que é difícil acompanhar como o conhecimento modifica a economia devido às diferentes formas que ele assume e que os economistas o denominam “recurso heterogêneo”, fator este que o autor julga estar correto porque segundo o mesmo; os relatórios gerenciais, os livros de biblioteca, as explosões de elétrons no ciberespaço e até mesmo os boatos são, todos, formas de informação.

De acordo com Schmidt e Santos (2002), o conhecimento tácito abrange as habilidades desenvolvidas, o aprendizado adquirido somado às percepções, crenças e valores tidos como certos e que refletem na imagem como o ser percebe a realidade, moldando a forma como lida com o mundo e é composto pelos conhecimentos adquiridos formalmente, por meio da educação e da pesquisa acadêmica, além das conclusões, palpites, intuições, visão do mundo que estão enraizados nas experiências de um indivíduo. Os autores afirmam ainda, que esse componente subjetivo torna o conhecimento tácito de difícil visualização e formalização, dificultando sua transmissão e compartilhamento.

Entretanto Kanaane e Ortigoso (2010), de uma maneira bem sucinta e clara, também expõem suas concepções a respeito dos dois tipos de conhecimentos:

- a) explícito: relativamente fácil de codificar, captar e compartilhar, em formato de textos, gráficos, tabelas, figuras, desenhos, esquemas, diagramas etc. Facilmente organizável em base de dados e publicações, ou seja, conhecimento transmissível em linguagem formal e sistemática;
- b) tácito: subjetivo, baseado em experiências, habilidades individuais e específicas ao contexto; portanto, de difícil formalização e transferência para outras pessoas. (KANAANE; ORTIGOSO, 2010, p. 57).

Kanaane e Ortigoso (2010), referem-se à era do conhecimento, ressaltando que a sociedade está diante de um universo de imensa complexidade e repleto de desafios, porém afirmam que a educação, o treinamento, a informação, a formação e o desenvolvimento de parcerias são apontados como recursos essenciais para que as organizações obtenham sucesso neste novo cenário. Os mesmos autores apresentam ainda, a visão sobre a importância do conhecimento para que as empresas desenvolvam com êxito, as suas atividades:

O conhecimento é o insumo estratégico da produção e as empresas estão cada vez cada vez mais se conscientizando que é preciso tratá-lo com métodos, metodologias e ferramentas adequadas para que o trinômio – processar dados, tratar informações e gerenciar conhecimentos – transforme-se no eixo dinamizador de resultados pessoais e organizacionais (KANAANE; ORTIGOSO, 2010, p. 56).



Em relação à era do conhecimento, Stewart (1998), defende que a nova economia transformará a antiga economia e reduzirá sua importância relativa, mas não a matará. Segundo o autor, ninguém pode dizer com certeza que novas formas de trabalho e prosperidade essa revolução criará; pois em uma revolução, a única certeza é a surpresa. Mas já é óbvio, de acordo com o mesmo, que o sucesso em uma economia baseada no conhecimento depende de novas habilidades e novos tipos de organizações e gerenciamento.

Antunes (2007), afirma que no Brasil, especificamente, o fim da reserva de mercado em vários setores e a consequente entrada de produtos estrangeiros colocou o país em competição direta com grandes potências cujos produtos possuem conhecimento e informação integrado aos mesmos, custos incomparáveis aos nacionais e essa competição, ameaça as posições garantidas pelas empresas nas décadas passadas.

Nas organizações, a aplicação do conhecimento vem impactando, sobremaneira, seu valor, pois a materialização da aplicação desse recurso mais as tecnologias disponíveis e empregadas para atuar num ambiente globalizado produzem benefícios intangíveis que agregam valor às mesmas, ela denomina esse conjunto de benefícios intangíveis como capital intelectual e afirma que o aparecimento desse novo conceito conduz à necessidade de aplicação e novas estratégias, de nova filosofia de administração e de novas formas de avaliação do valor da empresa, que contemple o recurso do conhecimento (ANTUNES, 2007).

Drucker (1993), enfatiza que a sociedade já vê o conhecimento como recurso essencial e que terra, mão-de-obra e capital são importantes, porém principalmente como restrições, que sem estes fatores nem mesmo o conhecimento pode produzir e a gerência não pode desempenhar o seu papel. Contudo, nas palavras do autor, onde existiu uma gerência eficaz, isto é, a aplicação do conhecimento ao conhecimento, sempre será possível obter os demais recursos.

A partir das definições expostas, pode-se compreender que o conhecimento é proveniente da capacidade de raciocínio do ser humano, portanto esta é uma ferramenta que só o mesmo possui e que se utilizada, não desgasta, não perde valor aquisitivo, não se deprecia, aliás, o que ocorre é o contrário disso, pois através da sua inserção, o conhecimento torna qualquer ativo da organização, ainda mais valorizado.

A capacidade de produzir conhecimento trata-se de um fator intangível, porém de suma importância, que em conjunto com os demais ativos tangíveis que a organização possui, resultará em ganhos e em vantagens para a mesma, por sua vez, a informação constitui em um recurso inesgotável, diferentemente do que ocorre com os recursos naturais e ativos tangíveis.

De acordo com Schmidt e Santos (2002), a denominada desmaterialização da indústria e serviços ocorre quando se examina o conteúdo do conhecimento embutido nos produtos e serviços utilizados no cotidiano, segundo o autor, verifica-se neles uma proporção muito grande de conhecimento, ou seja, em outras palavras, adquire-se cada vez mais conhecimentos e menos material tangível. Para os autores, a capacidade de adquirir e desenvolver conhecimentos é inerente ao ser humano e isso diferencia esse recurso econômico dos demais fatores de produção já que o conhecimento é um recurso ilimitado e, além disso, diferentemente dos recursos naturais, que se exaurem com o tempo, os quais representavam a base da sustentação da sociedade industrial, o conhecimento não é subtrativo.

Conforme Porter (1989), nenhuma empresa pode escapar aos efeitos da revolução causada pela informação e quanto aos gestores, estes, cada vez mais gastam recursos com a tecnologia da informação e se envolvem na sua gestão.

As empresas precisam ter consciência de que a informação é um requisito tão importante quanto os recursos humanos, pois é dela que depende o sucesso ou o fracasso das decisões tomadas por seus responsáveis e também por todos os seus colaboradores. A informação é,

por conseguinte, um elemento primordial nas organizações, que torna possível estabelecer as condições necessárias para atingir seus objetivos e aumentar sua competitividade (SANTOS, 2007).

É visível que para que as organizações mantenham-se competitivas em ambientes caracterizados por constantes mudanças, necessitam acompanhar eventos e tendências significativos que estão ocorrendo no ambiente externo. Portanto é preciso que as mesmas realizem buscas e utilizem informações externas para subsidiar decisões estratégicas.

2.3 Capital Intelectual

O capital intelectual pode ser compreendido de diversas maneiras, a partir de vários pontos de vista de determinados autores e estudiosos, porém mantém em sua essência o mesmo conceito e importância para as gestões das organizações. Em seguida, observar-se-á como este recurso é definido por alguns pesquisadores do assunto.

Segundo Stewart (1998), o capital intelectual de uma organização é intangível e é caracterizado pelo conhecimento que os colaboradores possuem e utilizam em suas atividades organizacionais. Para o autor a empresa que possui este recurso, possui também uma vantagem competitiva em relação aos seus concorrentes.

O 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 empresários e contadores estão familiarizados – propriedade, fábricas, equipamentos, dinheiro -, o capital intelectual é intangível (STEWART, 1998, p. 5).

Utilizando-se do conceito abordado por Stewart (1998), o capital intelectual é avaliado como a fonte de riqueza tanto para os indivíduos quanto para as organizações e este recurso é de propriedade tanto de um quanto de outra.

Stewart (1998, p. 69), afirma ainda que “o capital intelectual é a capacidade organizacional que uma organização possui de suprir as exigências de mercado”.

Para Chiavenato (2003), o capital financeiro está deixando de ser o ativo mais importante da organização e para ele, este recurso está sendo substituído por outros ativos intangíveis e invisíveis, refere-se ao capital intelectual. O autor coloca que o capital intelectual de uma organização é constituído de ativos intangíveis como:

- a) Capital Interno: envolve a estrutura interna da organização, conceitos, modelos e sistemas administrativos e de computação. A estrutura interna e as pessoas constituem juntas, o que geralmente chamamos de organização. Além disso, a cultura ou o espírito organizacional também faz parte integrante dessa estrutura interna.
- b) Capital Externo: envolve a estrutura externa da organização, ou seja, as relações com clientes e fornecedores, bem como marcas, marcas registradas, patentes e a reputação ou imagem da empresa. O valor desses ativos é determinado pelo grau de satisfação com que a empresa soluciona os problemas de seus clientes.
- c) Capital Humano: é o capital de gente, de talentos e de competências. A competência de uma pessoa envolve a capacidade de agir em diversas situações, tanto para criar ativos tangíveis como intangíveis (CHIAVENATO, 2003, p. 186).

Entretanto Stewart (1998, p. 61), define o capital intelectual como “material intelectual que foi formalizado, capturado e alavancado a fim de produzir um ativo de maior valor”.

Considerando o conceito exposto por ambos os autores, é possível afirmar que o capital intelectual que uma organização possui é o seu recurso de maior valor. E em contrapartida, este é um retorno de grande importância para a mesma, que não são encontrados quando não se investe no conhecimento, no fator humano.

O capital intelectual para Crawford (1994), é o principal ativo da organização na nova economia, superando os recursos naturais, maquinário e até mesmo o próprio capital financeiro, possui características de ativo intangível representado pelo valor das ideias, a pesquisa e o desenvolvimento, caracterizado também pela propriedade intelectual, habilidade da força de trabalho, marcas e patentes.

Kanaane e Ortigoso (2010), compartilham da visão de Crawford (1994), quando afirmam que capital intelectual é entendido como o conhecimento que pode ser convertido em lucro; como o conjunto de ativos que apesar de não estarem refletidos nas demonstrações contábeis tradicionais, geram valor para a empresa e compreende criatividade, ideias, experiências, projetos e processos.

Edvinsson e Malone (1998), consideram que o capital intelectual é um valor que se difere de outros recursos que uma organização possui. “O valor de uma Intel ou de uma Microsoft não reside nos tijolos e na argamassa ou mesmo nos estoques, mas em outro tipo intangível de ativo: o Capital Intelectual” (p. 2).

E segundo Tinoco (1996, p. 12) “[...] define Capital Intelectual como uma combinação de ativos intangíveis, frutos das mudanças nas áreas da tecnologia da informação, mídia e comunicação, que trazem benefícios intangíveis para as empresas e que capacitam seu funcionamento”.

Ou seja, assim como os autores já citados anteriormente, Tinoco (1996), coloca que o capital intelectual é resultado de uma junção combinada de ativos intangíveis e que resultam em benefícios também intangíveis para as organizações.

De acordo com Antunes (2007), os autores Edvinsson e Malone (1998), empregam uma linguagem metafórica com a intenção de melhor conceituar o capital intelectual. Segundo a autora, ambos comparam uma empresa com uma árvore e consideram a parte visível como tronco, galhos e folhas, recursos estes que estariam descritos em organogramas nas demonstrações contábeis e em outros documentos, porém em contrapartida, a parte que se encontra abaixo da superfície, no sistema de raízes, seria o capital intelectual que são os fatores dinâmicos ocultos que embasam a empresa visível formada por edifícios e produtos.

De uma maneira bem sucinta Mayo (2003), comenta que capital intelectual é a soma de capital estrutural e humano que indica capacidade de ganhos futuros de um ponto de vista humano; é a capacidade de criar continuamente e proporcionar valor de qualidade superior.

Observa-se, portanto, que o foco da riqueza não é mais caracterizado como o trabalho físico, mas sim como o trabalho mental, o intelectual, onde o diferencial entre as empresas não são apenas as máquinas utilizadas no processo produtivo, mas sim a somatório do conhecimento coletivo gerado e adquirido, as habilidades realizadas e criadas, os valores e atitudes, e a motivação das pessoas, que as integram e geram valor econômico para a empresa, e cuja origem está diretamente relacionada aos agentes criativos da organização.

2.3.1 Estrutura do capital intelectual

Segundo Stewart (1998), outras personalidades como: Hubert Saint-Onge, do Canadian Imperial Bank of Commerce e Leif Edvinsson da Skandia dividem o capital intelectual em três partes, são elas: capital humano, capital estrutural e capital do cliente.

O capital humano é a capacidade necessária para que os indivíduos ofereçam soluções aos clientes, capacidade esta, que o colaborador possui de entender, oferecer, convencer e satisfazer a necessidade e o desejo do cliente, remete ao gestor da organização em contrapartida, valorizar, apoiar e satisfazer os clientes internos da sua empresa, porém o que os líderes precisam fazer é conter e reter o conhecimento, para que ele se torne propriedade

da empresa. Isso é capital estrutural (STEWART, 1998).

Torna-se necessário que a organização conheça seus clientes, suas necessidades, suas vontades, sua cultura, seus gostos e avalie sempre os seus comportamentos para que se mantenha um bom relacionamento com os mesmos e em consequência, estes priorizem sempre a mesma organização para realizar suas compras.

Assim como Stewart (1998), Edvinsson e Malone (1998), também dividem esses fatores ocultos nos seguintes grupos:

- a) Capital humano: composto pelo conhecimento, expertise, poder de inovação e habilidade dos empregados mais os valores, a cultura e a filosofia da empresa;
- b) Capital estrutural: formado pelos equipamentos de informática, softwares, bancos de dados, patentes, marcas registradas, relacionamento com os clientes e tudo o mais da capacidade organizacional que apoia a produtividade dos empregados (EDVINSSON; MALONE, 1998, p. 81).

Edvinsson e Malone (1998), observam ainda, que o relacionamento com os clientes, o qual está inserido no capital estrutural, pode ser classificado em uma categoria separada como capital de clientes, destacando maior importância deste item para o valor da empresa.

Entende-se, portanto, que capital intelectual é a junção de diversos outros fatores como: conhecimento, informação, propriedade intelectual, experiência e ainda, composto por associações de elementos denominados capital estrutural, capital humano e capital de cliente, formam o capital intelectual em um ativo intangível, porém um fator fundamental para o desenvolvimento das organizações.

2.4 Capital Humano

Capital humano pode ser conceituado como sendo toda a capacidade, conhecimento, habilidades e experiências individuais dos colaboradores e integra a esses elementos recursos tais como: criatividade, competência para trabalho em equipe e capacidade de relacionamento interpessoal de acordo com Edvinsson e Malone (1998).

Nota-se que Stewart (1998), corrobora com a definição dos autores mencionados no parágrafo anterior, pois a partir do conceito apresentado pelo mesmo, entende-se que capital humano é toda forma de capacidade, conhecimento, habilidade e experiência dos funcionários e também que o capital humano inclui ainda a criatividade e a inovação organizacional, observando-se com que frequência novas ideias são geradas dentro da empresa, ou com que frequência estas ideias são implementadas, ou ainda qual o percentual de sucesso na implementação destas ideias. Segundo o autor, o capital humano é aquilo que as pessoas levam para a casa no final do expediente.

“O capital humano é a fonte de inovação e renovação dentro da empresa” (STEWART, 1998, p. 68). Entretanto Edvinsson e Malone (1998, p. 10), afirmam que “capital humano pertence aos funcionários e não pode ser propriedade da empresa”.

O capital humano pode ser tratado com um conjunto de habilidades e conhecimentos dos indivíduos dentro de uma organização, um capital que fornece a capacidade suficiente para encontrar soluções que podem ser oferecidas aos clientes.

Na visão de Mayo (2003), o capital humano refere-se às pessoas em si, que emprestam à organização, o seu conhecimento pessoal, a sua capacidade individual e o seu compromisso e experiência de vida.

Schmidt e Santos (2002), abrangem um conceito que complementa o raciocínio exposto por Mayo (2003), pois afirmam que o capital humano de uma organização aumenta à medida

que esta, utiliza mais o que as pessoas sabem, e quanto maior for a quantidade desses colaboradores, mais úteis serão à organização, pois essas pessoas, por agregarem valor à organização, por possuírem talento e experiência, criam produtos e serviços que se tornam os motivos pelos quais os clientes fidelizam-se à elas e não procuram a concorrência.

Percebe-se, contudo, que é importante levar em conta a capacidade de desenvolver e reciclar os conhecimentos, compartilhar experiências individuais e assim constituir um ambiente com expectativas de alavancagem do potencial criativo dos funcionários, transformando-o em um diferencial competitivo para a organização.

2.5 Capital de Cliente

Segundo Stewart (1998), esclarece que entre as três grandes categorias de ativos intelectuais – capital humano, estrutural e do cliente – os clientes são os mais valiosos. E comenta que o conhecimento está integrado em todas as transações do setor econômico; fazendo referência quanto a importância deste recurso nas relações com os clientes.

Na Era da Informação, o capital do cliente não pode ser capturado pescando-se ao acaso no riacho de bens e serviços de comprador para vendedor, mas lançando-se a rede nas marés de informações e do conhecimento que sobem entre eles. “Uma vez que o conhecimento é o componente mais importante do valor das transações econômicas – ou seja, o conhecimento como sendo o que compramos e o que vendemos – ele é o principal ingrediente do capital do cliente” (STEWART, 1998, p. 128).

Crawford (1994), ressalta que o capital de clientes é como quaisquer umas das conexões que as pessoas fora da organização possuem com a mesma, em conjunto com a fidelidade do consumidor, o nível de pedidos e a fatia de mercado.

E para complementar esse pensamento de Crawford (1994), identifica-se no conceito de Santos (2007), a mesma ideia:

O capital de clientes é um dos ativos intangíveis mais importantes, com grande valor. Esse capital refere-se à relação de uma organização com seus clientes e fornecedores. Essa relação promove valor por meio da fidelidade, qualidade, velocidade e melhores mercados. Uma vez a relação de fidelidade estabelecida, o custo de encontrar novos clientes é reduzido. De igual modo, cultivando-se bons fornecedores, a qualidade, o just-in-time e a velocidade são aumentados, reforçando-se o alcance das metas (SANTOS, 2007, p. 29).

É importante, na visão de Stewart (1998), considerar os clientes como um dos principais ativos da organização, uma vez que estes possibilitam manter-se ativa em suas atividades.

Como a informação e o poder econômico que eles transmitem e se movem rio abaixo, é vital que os negócios gerenciem o relacionamento com os clientes de novas formas. Eles devem investir em seus clientes, da mesma forma que investem em pessoal e em estruturas. O capital do cliente é muito semelhante o capital humano: não se podem possuir os clientes, do mesmo modo como não se podem possuir pessoas. Mas da mesma a 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 (STEWART, 1998).

Contudo, este elemento deve ser percebido pela gestão das organizações, como um ativo intangível que possui grande valor, pois o mesmo promove lucratividade por meio da lealdade e permite assim que a empresa atinja novos clientes por um custo menor.

2.6 Conceitos de Ativos Tangíveis e Intangíveis

Para melhor entender a abordagem conceitual de tangíveis e intangíveis, primeiro definir-se-á o que vem a ser, ativo.

Ativo, para a contabilidade tradicional, compreende os bens e os direitos da entidade expressos em moeda. Por sua vez, “são classificados em ativos tangíveis e ativos intangíveis. Numa diferenciação simplista, os primeiros são aqueles que possuem existência física e os segundos são os que não a possuem” (ANTUNES, 2007, p. 74-75).

Para Antunes (2007 apud PATON 1962, p. 46), “os ativos não são inerentemente tangíveis ou físicos. Um ativo representa uma quantia econômica. Pode ou não, estar relacionado ou ser representado por um objeto físico”.

Iudícibus (1994), atribui uma visão de negócio ao assumir a principal característica de um ativo:

A característica fundamental é a sua capacidade de prestar serviços futuros à entidade que os tem, individual ou conjuntamente com outros ativos e fatores de produção, capazes de se transformar, direta ou indiretamente, em fluxos de entrada de caixa. Todo ativo representa, mediata ou imediatamente, direta ou indiretamente, uma promessa futura de caixa. Quando falamos indiretamente, queremos referir-nos aos ativos que não são vendidos como tais para realizarmos dinheiro, mas que contribuem para o esforço de geração de produtos que mais se transformam em disponível (IUDÍCIBUS, 1994, p.106).

O mesmo autor afirma que ativos são todos os bens e direitos de propriedade da empresa, avaliáveis em dinheiro, e que estes representam benefícios presentes ou futuros para a organização, o mesmo define bens como sendo, máquinas, terrenos dinheiro (moeda), ferramentas, veículos, instalações etc.

A definição exposta por Marion (1998, p. 46), coincide com a afirmação de Iudícibus (2009), pois o autor coloca que ativo: “é o conjunto de bens e direitos de propriedade da empresa. São os itens positivos do patrimônio; trazem benefícios, proporcionam ganho para a empresa”.

Segundo Schmidt e Santos (2002), os ativos caracterizam-se como agentes controlados por uma entidade que geram benefícios presentes e futuros para a mesma. Já muito bem colocada por estes autores, à definição de ativo; abordar-se-á no seguinte contexto, o conceito de tangíveis e intangíveis.

De acordo com Iudícibus (2009), os bens podem ser divididos em tangíveis, ou seja, quando estes, possuem corpo ou matéria e intangíveis, quando os mesmos são incorpóreos, citados como exemplos, as marcas, pontos comerciais e etc.

Porém para alguns autores, como por exemplo, Schmidt e Santos (2002), a definição de ativos intangíveis caracteriza-se como uma das mais complexas discussões da teoria da contabilidade e não só em virtude das dificuldades de sua definição, mas também e principalmente, pelas incertezas a respeito da mensuração de seus valores e de sua vida útil.

Outros autores compartilham da mesma colocação exposta por Schmidt e Santos (2002):

Os ativos intangíveis possuem alto grau de incerteza a respeito do valor dos benefícios futuros a serem recebidos pela entidade, esse argumento é válido para a maioria dos intangíveis, mas não se aplica, por exemplo, ao valor investido em uma educação superior, cuja recuperação de seu valor é consideravelmente menos incerta do que o valor investido em um equipamento especializado em um novo laboratório de pesquisa.(HENDRIKSEN E BREDA apud SCHMIDT ; SANTOS, 2002, p. 13).

Contudo, Schmidt e Santos (2002), defendem que se podem definir ativos intangíveis como recursos incorpóreos controlados pela empresa capazes de produzir benefícios futuros e que elementos tais como: gastos de implantação, marcas e nomes de produtos, pesquisa e desenvolvimento, direitos de autoria, patentes, franquias, desenvolvimento de software, licenças e certos investimentos de longo prazo podem ser classificados como ativos intangíveis.

Antunes (2007), também comenta que apesar de todo o interesse que o tema vem despertando nos meios acadêmicos e profissionais durante tantos anos, o mesmo, gera controvérsias e evolução na aceitação do conceito, embora não tendo encontrado, ainda, unanimidade quanto a seu tratamento, adquire maior urgência à medida que os intangíveis ganham espaço na economia atual em sua totalidade e nas organizações, especificamente, e, vêm sendo identificados por capital intelectual.

Embora haja várias divergências entre as definições, perceber-se que o principal atributo de um componente do ativo é a potencialidade de gerar benefícios futuros à empresa, e a melhor alternativa para a sua mensuração seria a utilização dos métodos que aproximam a mensuração dos benefícios futuros esperados.

2.7 Desenvolvimento Histórico do Conceito de Capital Intelectual

A busca por investir valor monetário em recursos humanos não é recente, pois, é possível perceber que a partir de abordagens empíricas, o conceito de capital intelectual desenvolveu-se, analisando-se os seus elementos que intervinham na produção de valor das organizações. Sempre foi um fator oculto inserido na produção, que com o passar do tempo tornou-se perceptível e discutido entre os estudiosos economistas desde o século XV.

Baseado em Antunes (2007), o conceito histórico do capital intelectual se deu com o seguinte contexto: verifica-se que, a despeito de proeminentes autores, terem versado sobre o impacto do conhecimento como recurso para a sociedade décadas atrás, a matéria empregando o conceito do capital intelectual de que se tem informação foi publicada por Thomas Stewart, na Fortune, em 1994, com o título: Tour company's most valuable asset: intellectual capital.

De acordo com a autora, essa matéria serviu de base para alguns artigos acadêmicos nos Estados Unidos e no Brasil e abordava as primeiras experiências realizadas por algumas companhias para mensurar seu capital intelectual, entre elas a Skandia AFS, a qual, segundo ela, foi a primeira organização a publicar um relatório suplementar às demonstrações contábeis divulgando o capital intelectual, cujo principal executivo para esse assunto era Leif Edvinsson em 1994, diversas vezes citado anteriormente. Nesse artigo, todas as organizações empregaram a mesma denominação para explicar o mesmo fenômeno, qual seja: o capital intelectual.

Com base na autora, o que se verificou em maior abundância foram estudos desenvolvidos em torno de um dos elementos que compõem o capital intelectual: o capital humano. Segundo a mesma, a história mostra que economistas, a partir do século XV, já investiram esforços para encontrar uma forma de atribuir valor monetário ao ser humano e os objetivos que impulsionaram tais pesquisas foram de caráter econômico, como, por exemplo, estimar perdas com as guerras e com as migrações.

Antunes (2007), comenta que Kwasnicka (1981), em pesquisa sobre o impacto da contabilização dos recursos humanos numa organização, realiza uma retrospectiva histórica sobre a evolução do entendimento do ser humano como capital e conclui que a base dos estudos do tema encontra-se em William Farr (1853), Ernest Engel (1883) e Theodor Wiltstein (1867), que desenvolveram métodos para avaliar os recursos humanos, tendo Wiltstein definido o ser humano como bem de capital.

Antunes (2007), coloca que entre os economistas clássicos, Tinoco (1996) aponta Adam Smith e Marx Weber como àqueles que deram continuidade aos estudos sobre o tema em questão e afirma ainda que, segundo a visão dos economistas, o ser humano é considerado capital por possuir capacidade de gerar bens e serviços, por meio do emprego de sua força de trabalho e do conhecimento, constituindo-se em importante fonte de acumulação e de crescimento econômico.

Mais adiante, a mesma autora, destaca que a importância da aceitação do capital humano para a economia em geral é muito bem colocada por Schultz (1967), pois de acordo com ela, o autor coloca que, um conceito de capital restrito a estruturas, equipamentos de produção e patrimônio é extremamente limitado para estudar tanto o crescimento econômico computável (renda nacional) como o que é mais importante, todas as conquistas, no bem-estar, geradas pelo progresso econômico em longos períodos de tempo, e que a instrução e o progresso no conhecimento constituem importantes fontes de crescimento econômico e o conceito de capital e de formação de capital deveria ser ampliado de forma a incluir investimento em seres humanos, o que se dá, segundo ele, basicamente, pelo investimento na instrução.

A autora ressalta ainda, que o conhecimento a que os economistas se referem é o conhecimento lato, cujo investimento na educação e ensino é sua base. Entretanto, segundo a mesma, vale lembrar que, na sociedade do conhecimento, o recurso do conhecimento abrange os dois tipos: o conhecimento no sentido lato e, assumindo maior importância, o conhecimento no sentido stricto.

Pode-se considerar que o capital humano por possuir sabedoria, conhecimento, desenvolver ideias, projetos e conseqüentemente produzir bens e serviços para as organizações, tornou-se valioso e necessário ao longo do tempo, considerando a diferença que esse recurso agrega na finalização de uma produção, e a composição do capital intelectual de uma organização.

2.8 Capital Intelectual como Vantagem Competitiva

Notar-se-á no presente capítulo que investir em treinamento gera conhecimento, sabedoria e informação para que os colaboradores adquiram-nos e através destes elementos, ofereçam às organizações as quais pertencem, as suas melhores contribuições. Disponibilizar recursos para a capacitação dos profissionais que possuem o perfil que a empresa precisa, é sem dúvida um investimento vantajoso para a organização.

Na concepção de Stewart (1998), o capital intelectual é a soma do conhecimento de todos em uma empresa, o que lhe proporciona vantagem competitiva. Para o autor, o capital intelectual constitui a matéria intelectual, como o conhecimento, a informação, a propriedade intelectual e experiências que podem ser utilizadas para gerar riqueza.

Compreende-se então, que Capital intelectual é, enfim, o conhecimento existente em uma organização que pode ser usado para criar uma vantagem diferenciada. Quanto mais inteligente, sofisticada e integrada à nova economia, caracterizada por um alto grau de diversificação, velocidade e complexidade, mais chances a empresa terá em sobreviver e crescer.

Kanaane e Ortigoso (2010), afirmam que o mundo dos negócios está em constante mudança e oferece muitos desafios para as gestões empresariais. Os autores comentam que diante desse panorama, o potencial humano será capaz de contribuir de forma incalculável para as organizações, desde que estas compreendam que o conhecimento é uma riqueza pessoal e um recurso de extrema importância quando compartilhado e democratizado na empresa.

O crescimento dos negócios será determinado por inovações de produtos e serviços que dependem do conhecimento e do intelecto [...], “o cérebro e não a força muscular se

transformará no fator de sucesso para o crescimento econômico”. A infraestrutura intelectual, que é infinitamente mais difícil de organizar e administrar ganhará predominância sobre a infraestrutura física, que pode ser globalmente disponibilizada [...], “o uso inteligente do conhecimento pelas pessoas dentro das empresas determinará a empregabilidade desses profissionais” (KANAANE; ORTIGOSO, 2010, p. 53).

Stewart (1998), salienta que está claro que os gastos com os equipamentos que criam, codificam, manipulam e distribuem informações tornaram-se mais produtivos do que os investimentos em equipamentos para a produção e transporte de bens materiais; de acordo com o mesmo, vale a pena observar que a recompensa para o investimento em bens de capital intelectual é semelhante ao retorno sobre o investimento em outra forma de capital do conhecimento, pesquisa e desenvolvimento.

O autor cita que Frank Lichtenberg, professor da Columbia University, mediu o retorno sobre o investimento em gastos com uma nova fábrica e equipamentos – ou seja, capital físico – em comparação com o retorno dos gastos em P&D. Segundo ele, o professor descobriu que cada dólar gasto em P&D gera-se oito vezes mais do que cada dólar investido em um novo equipamento. Para ele, um novo equipamento lhe permite realizar melhor o antigo trabalho; proporciona melhoria incremental e P&D leva à inovação – produtos e serviços inteiramente novos cujo valor presumivelmente é maior do que o dos antigos produtos e serviços que eles substituem.

Crawford (1994), também comenta que o conhecimento, a informação e o capital humano, os quais são componentes do capital intelectual, são classificados como chaves para propiciar vantagem competitiva para as organizações.

“As empresas que estão melhores posicionadas com os recursos chaves da competitividade, capital humano, conhecimento e informação – são as que têm maior probabilidade de prosperar, obter grandes lucros e bom fluxo de caixa” (CRAWFORD, 1994, p. 37). De acordo com o que o autor coloca, observa-se que conhecimento e informação são recursos geradores de benefícios para a organização e propiciam vantagem para as mesmas.

Gomes e Braga (2002) comentam que as empresas precisam ser flexíveis, para se ajustarem aos novos desafios da economia; o conhecimento é a nova base de riqueza das organizações, sendo imprescindível sua obtenção. Porém as autoras explicam que, o conhecimento apesar de ser a nova base de riqueza, tem vida útil muito curta, por causa de sua imitação ou superação, e exige das organizações a criação e o desenvolvimento de novos conhecimentos para que estas obtenham sucesso em relação às seus objetivos.

Leone (2010), corrobora com a explicação exposta por Gomes e Braga (2002), porém ressalta que é de grande importância e se faz necessário que as pessoas enquanto profissionais despertem interesse em aprender e oferecer suas melhores habilidades na organização na qual atuam.

As mudanças ocasionadas no contexto organizacional trouxeram alterações significativas nas relações de trabalho, não somente no âmbito organizacional, mas também no individual. “A necessidade de agir estrategicamente para se manter atuante e competitivo, neste cenário dinâmico caracterizado por mudanças, não se restringe às empresas. As pessoas também necessitam desenvolver seu potencial” (LEONE, 2010, p. 44).

Entende-se que buscando formas de profissionalizarem-se, as pessoas quando colaboradores de uma empresa tornar-se-ão, peças fundamentais e elementos de concorrência entre as organizações, pois estes profissionais serão classificados como ferramentas de vantagem competitiva para as empresas que mantiveram-nos em seu quadro de funcionários.

Para Leone (2010), o ser humano é especial por ser dotado de capacidade intelectual, por pensar e aprender a se posicionar diante de distintas situações e a autora comenta que, as

empresas estão conscientes dessa verdade e mudando a forma de enxergar as pessoas, que as empresas estão deixando a visão de que as pessoas eram consideradas apenas recursos ou extensão das máquinas, para enxergá-las como capital intelectual, inteligência competitiva das organizações.

O autor ressalta ainda que investir no desenvolvimento das pessoas gera riqueza para a organização, pois somente elas têm a capacidade de inventar e inovar através do conhecimento e da aprendizagem contínua, deixa claro que para sobreviver em um ambiente dinâmico e competitivo marcado por mudanças, a única vantagem competitiva e sustentável é a capacidade de aprender mais rápido que seus concorrentes e para isso é preciso contar com a disponibilidade de profissionais hábeis, capacitados e comprometidos com uma gestão de qualidade que mantém em suas políticas organizacionais, a valorização do colaborador.

3 Metodologia

Diante da identificação de um problema surge a necessidade de encontrar possíveis soluções para o mesmo. O método utilizado nessa pesquisa refere-se ao estudo bibliográfico de caráter exploratório segundo Gil (2002). Foram levantados dados científicos no que tange o capital intelectual, bem como a era do conhecimento e sua importância na organização, e ainda, o potencial competitivo das pessoas diante do cenário de negócios empresariais. Busca-se, com este estudo, levantar dados relevantes sobre a temática abordada, mediante a contemplação de artigos, livros, autores, dissertações/teses, periódicos especializados, acervos de bibliotecas e bases de dados de ordem acadêmica. Os levantamentos de informações e de dados atualizados visam problematizar o mercado de consumidores sustentáveis e uma análise de mercado, potencializando o consumo sustentável na estrutura do setor.

4 Conclusão

O presente artigo apresentou a importância de gerir, valorizar e investir no capital humano, pois esta variável têm se mostrado muito importante para o sucesso das organizações. As empresas precisam considerar que a nova condição competitiva, parte de uma boa qualificação pessoal, de motivação e do engajamento do funcionário. Este que por sua vez, deve buscar meios para se profissionalizar e oferecer para a empresa um trabalho de qualidade, ético e eficiente para que se torne parte essencial nas atividades da mesma. O trabalhador está deixando de ser uma simples peça operacional para se tornar parte pensante, pessoas que ajudam no desenvolvimento das empresas com ideias, criatividade e sugestões.

Observou-se após o término do levantamento bibliográfico, que os autores que explanam o assunto, abordam-no com propriedade, possuem um raciocínio lógico e claro sobre a temática. Identificou-se que poucas são as divergências percebidas entre as conclusões dos mesmos. Esclarecem os quesitos, apresentando basicamente as mesmas ideias e fazem referências entre si.

Notou-se que as organizações estão cada vez mais buscando por profissionais capacitados, qualificados e que detêm o conhecimento ao perfil desejado. Observa-se que a forma de pensar, a capacidade de raciocinar, oferecer soluções, apresentar ideias, expor pontos de vistas e demonstrar criatividade no trabalho, contribui de maneira significativa para a alavancagem dos negócios.

No decorrer da pesquisa, entende-se que o capital humano deixou de ser custo e passou a ser grande fonte de lucratividade. Investir neste recurso deve ser cultura nas empresas, valorizar o colaborador deve ser entendido como uma forma de investimento e não de custo para as mesmas. É preciso que as organizações percebam que investir no capital humano que possuem, gerará maiores retornos financeiros, pois através deles obterão informação e



conhecimento, ferramentas estas, que proporcionam vantagem competitiva. As empresas que tiveram maior facilidade, para reconhecer a grande fonte de riqueza que o capital humano representa, com certeza estarão em destaque em relação àquelas que ainda não perceberam, ou ainda, não entenderam a importância da mudança do reconhecimento do colaborador.

Demonstrou-se através da pesquisa que os conhecimentos, as habilidades, as opiniões e as ideias compõem os ativos intangíveis e representam a maior parte da riqueza das empresas, pois condiciona as mesmas a entrarem em novos mercados, lançar novos produtos, conhecer seu próprio potencial competitivo e também o de seus concorrentes.

No cenário da economia, percebe-se que as mudanças são constantes, portanto, as empresas precisam procurar soluções e suportes para desenvolver com eficácia e competitividade suas atividades. O interesse pelo capital humano tornou-se o diferencial nas organizações envolvidas no cenário global.

Realizar este trabalho possibilitou entender que são muitos os obstáculos a serem superados quando se envolve recursos intangíveis, ou seja, sem existência material palpável, pois nota-se a dificuldade de conceituar e considerar os elementos que venham compor esta variável.

Por outro lado, ficou claro que o ser humano exerce papel importante no emprego do capital intelectual na empresa, pois através deste recurso caracteriza-se a competência dos colaboradores e a lealdade dos clientes, por meio do conhecimento inserido em qualquer serviço ou produto oferecido pela empresa. Portanto, é desafio necessário para os gestores, identificar, manter, absorver, valorizar e investir nos potenciais intelectuais presentes em suas organizações.

Contudo, conclui-se que uma vez reconhecido o capital intelectual como um dos principais geradores de riqueza das empresas, é preciso que passe a ser dada atenção especial à sua gestão. A informação precisa ser identificada, compilada, organizada, avaliada e disponibilizada sob a perspectiva do capital intelectual, viabilizando afirmar que, a gestão do conhecimento é o processo de criar valor pelo uso dos ativos intangíveis na organização, transformando informação em conhecimento e do conhecimento em negócios.

Referências Bibliográficas

ANTUNES, Maria Thereza Pompa. Capital Intelectual. São Paulo: Atlas, 2007.

CHIAVENATO, Idalberto. Administração de recursos humanos: fundamentos básicos. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2003.

CHIAVENATO, Idalberto. Como transformar RH: de um centro de despesa em um centro de lucro. 2.ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2000.

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.

DRUCKER, Peter F. Sociedade pós-capitalista. São Paulo: Pioneira, 1993.

EDVINSSON, Leif. MALONE, Michael S. Capital intelectual: descobrindo o valor real de sua empresa pela identificação de seus valores internos. São Paulo: Makron Books, 1998.

GIL, Antonio Carlos. Como elaborar projetos de pesquisa. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GILES, Thomas Ransom. Dicionário de Filosofia: termos e filósofos. 2. ed. São Paulo: Pedagógica e Universitária, 1993.

GOMES, Elisabeth. BRAGA, Fabiane. Inteligência competitiva: como transformar

informação em um negócio lucrativo. São Paulo: Campus, 2002.

IUDÍCIBUS, Sérgio de. Curso de contabilidade para não contadores. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

IUDÍCIBUS, Sérgio de. Teoria da contabilidade. 4. ed. São Paulo: Atlas, 1994

KANAANE, Roberto. ORTIGOSO, Sandra Aparecida Formigari. Manual de treinamento e desenvolvimento do potencial humano. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

LEONE, Nilda Maria de Clodoaldo Pinto Guerra. Empresa familiar: desvendando competências, racionalidades e afeto. São Paulo: Atlas, 2010.

MAYO, Andrew. O valor humano da empresa: valorização das pessoas como ativos. 3. ed. São Paulo: Prentice Hall, 2003.

MARION, Jose. Carlos. Contabilidade básica. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1998.

PORTER, Michael E. Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior. 2. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1989.

ROBBINS, Stephen Paul. Administração mudanças e perspectivas. 2. ed. São Paulo: Saraiva, 2002.

SANTOS, Janice de Almeida. O capital intelectual nas organizações. Monografia apresentada no curso de administração de empresas pela Universidade Veiga de Almeida. Rio de Janeiro, 2007. Disponível em: < http://187.12.201.162/sites/all/themes/uva/files/pdf/monografia_o_capital_intelectual_organizacoes.pdf>. Acesso em: 05 dez. 2013.

SCHMIDT, Paulo. SANTOS, José Luiz. Avaliação dos ativos intangíveis. São Paulo: Atlas, 2002.

STEWART, Thomas A. Capital intelectual: a nova vantagem competitiva das empresas. Rio de Janeiro: 11. ed. Campus, 1998.

TINOCO, J. E. P. Contribuição ao estudo da contabilidade estratégica de recursos humanos. São Paulo: Atlas, 1996.