

A IMPORTÂNCIA DA MENSURAÇÃO DO CAPITAL INTELECTUAL PARA A GESTÃO DO CONHECIMENTO

Camila Caetano Pereira de Carvalho¹

Mariana de Paula e Silva Pitarello²

Alessandra Fernandes Bichof³

RESUMO

Este trabalho objetivou a mostrar a principal vantagem oferecida por uma boa aplicabilidade da gestão do conhecimento dentro de uma organização através da valorização de seus bens intangíveis, principalmente o capital intelectual. Apresentaram-se os principais métodos de mensuração do Capital Intelectual através de uma análise prática em uma empresa de comércio e desenvolvimento de sistemas situada na cidade de São José/SC. Com a pesquisa chegou-se a seis métodos de mensuração: diferença entre valor de mercado e valor contábil, a razão entre valor de mercado e valor contábil, “Q” de Tobin, Monitor de ativos intangíveis – Modelo Sveiby, Navegador do Capital Intelectual – Modelo Stewart, Navegador da Skandia. Com a aplicação dos métodos pesquisados, em dois deles foi possível encontrar o valor monetário do Capital Intelectual da entidade, chegando-se ao valor de R\$ 71.281,94 através do navegador da Skandia e de R\$ 467.323,20 pelo método da diferença entre valor de mercado e valor contábil da organização. Para consolidar os resultados encontrados pelo autor desta pesquisa, buscou-se fazer uma análise comparando os métodos propostos. Este estudo teve como base a pesquisa bibliográfica e o estudo de caso o qual permite obter um conhecimento mais profundo sobre o objeto de estudo.

Palavras-chave: Capital Intelectual. Gestão do Conhecimento. Mensuração.

1 Aluna do curso de Ciências Contábeis da FAE Centro Universitário. *E-mail*: ca_pereira_@hotmail.com

2 Aluna do curso de Ciências Contábeis da FAE Centro Universitário. *E-mail*: mariana_pitarello@yahoo.com.br

3 Orientadora da pesquisa. Graduada em Ciências Contábeis pela UFPR. Especialista em Auditoria Integral pela UFPR. Professora da disciplina de Trabalho de Conclusão do Curso II na FAE Centro Universitário. *E-mail*: alessandra.bichof@fae.edu

INTRODUÇÃO

As empresas vivenciam a gestão do conhecimento e procuram meios para administrar seus recursos intelectuais, e criar vantagens competitivas para diferenciar a organização de seus concorrentes, reconhecendo a importância da avaliação e incorporação do capital intelectual nos principais focos da estratégia organizacional e quais os métodos que podem utilizar como ferramentas nessa complexa tarefa, que está cada vez mais presente no dia a dia das organizações.

As mudanças tecnológicas estão cada vez mais presentes e dinâmicas, um exemplo, são as características das gerações que veem surgindo a partir da Y, onde hoje não conseguimos mais vivermos desconectados, gerando com isso cada vez mais competitividade e conhecimento. Atualmente não se procura mais funcionários especialistas em apenas um assunto, mas cada vez mais empregados que possuem visão ampla e um perfil arrojado.

Assim, ao mesmo tempo em que a Contabilidade não pode manter-se indiferente aos acontecimentos externos, ela também não deve entregar-se a novos temas, abrindo uma oportunidade de aprofundamento e mensuração da importância da aplicabilidade destes novos acontecimentos de maneira prudente pelas organizações.

O objetivo geral é estudar a importância dos principais métodos para mensuração do capital intelectual e analisar as vantagens e desvantagens entre eles.

Os objetivos específicos são apontar principais áreas que englobam a gestão do conhecimento, contextualizar o conceito e a importância do capital intelectual na gestão do conhecimento, analisar as metodologias de mensuração do capital intelectual e calcular o Capital Intelectual da empresa pesquisada através da aplicação dos métodos propostos.

Inicialmente foi realizada uma pesquisa bibliográfica, onde foram abordados os assuntos relacionados com o tema a ser pesquisado, com o objetivo de evidenciar os aspectos mais inerentes ao que se refere à gestão do conhecimento, Capital Intelectual e sua mensuração nas organizações. Posteriormente foi realizado um estudo de caso na empresa Alfa, aplicando os métodos a fim de identificar e mensurar o Capital Intelectual dessa organização com base na pesquisa bibliográfica estudada.

1 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

1.1 GESTÃO DO CONHECIMENTO

Segundo Almeida, Freitas & Souza (2011, p.6) eles para definirem o conceito da gestão de conhecimento, citam Teixeira Filho: “pode ser vista como uma coleção de processos que governa a criação, disseminação e utilização do conhecimento para atingir plenamente os objetivos da organização”.

Uma das grandes dificuldades das empresas é conseguir colocar em prática uma visão sistêmica de seu potencial, seja ele humano ou de maquinários, trazer o melhor aproveitamento, pois quantas vezes temos desperdícios de tempo, matéria prima, maus investimentos e até mesmo de cultura, apenas pelos gestores não conhecerem seu público, sua empresa, seus funcionários, ou até o perfil cultural da empresa onde se trabalha, segundo Almeida, Freitas & Souza (2011):

Para compreender uma empresa é necessário olhar a configuração da sua totalidade, procurando enxergar os seus componentes e as respectivas formas de interação, os fatores que interferem em sua atuação, o contexto maior em que está inserida, bem como os objetivos que estão subjacentes a tal articulação. (Almeida, Freitas & Souza 2011, p.18).

Com as tomadas de decisões e o dia a dia dentro da organização os diretores, proprietários e até mesmo os próprios funcionários vão desenhando a cultura dessa organização com diversos componentes como valores, normas de comportamentos e ações, crenças e pressupostos, com isso envolvendo padrões como os trabalhos são feitos, exigências, perfis de atendimentos e até mesmo maneiras de enfrentar dificuldades e com isso uma identidade interna e externa nessa organização.

1.2 CAPITAL INTELECTUAL

Contrariamente do que se pensava que o maior patrimônio das organizações não é imóvel, equipamentos ou trabalho físico, mas sim o conhecimento que é fruto do aprendizado e de fatores imateriais. Stewart um dos especialistas no assunto afirma que:

Capital Intelectual é a soma do conhecimento de todos em uma empresa, o que lhe proporciona vantagem competitiva. Ao contrario dos ativos, com os quais os empresários e contabilistas estão familiarizados – propriedade, fábricas, equipamento, dinheiro –, o capital intelectual é intangível. Constitui a matéria intelectual: conhecimento, informação, propriedade intelectual, experiência, que pode ser utilizada para gerar riqueza (Stewart, 1998, p.13).

Para entendermos um pouco mais sobre a definição de capital intelectual, usaremos como base Bento (2016), onde o mesmo cita a abordagem de alguns autores além do que foi citado acima sobre o conceito do capital intelectual, segundo ele a perspectiva de Low e Kalafut (2003) é que os ativos intangíveis, como capital intelectual, estão associados ao valor das ideias, à pesquisa e ao desenvolvimento, bem como à propriedade intelectual, marcas e patentes. Para Nonaka e Takeuchi (1997) é considerado um ativo intangível, disperso na cabeça dos funcionários e em documentos em todas as formas de arquivamento, já segundo ele para Alvarez Lopes e Blanco Ibarra (2000) capital intelectual o conhecimento que pode ser convertido em lucro.

Conforme Stewart (1998) o capital intelectual pode ser encontrado nas pessoas, estruturas organizacionais e nos clientes, apresentado nas três divisões mais clássicas: Capital Humano onde abrange os benefícios intelectuais proporcionados pelas pessoas que são capazes de atribuir melhores resultados à organização, Capital Estrutural que consiste na infraestrutura que serve de apoio para o capital humano das organizações, ou seja, tudo que permanece na empresa depois que os colaboradores voltam para seus lares e Capital de Clientes que é baseado no relacionamento que a empresa tem com os clientes e fornecedores da organização, este relacionamento é convertido em geração de renda agregando valor as atividades da empresa.

1.2.1 Mensuração do Capital Intelectual

A medição do capital intelectual é um método que se encontra em processo de aperfeiçoamento, existem vários modelos que visam mensurar o capital intelectual nas organizações.

“O que não se pode ser medido, não pode ser gerido”, afirmam Norton & Kaplan (2000), mostrando a importância de se identificar e mensurar os ativos intangíveis. A utilização correta dos recursos disponíveis dentro da empresa poderá alavancar o valor de mercado da mesma.

Entre os métodos mais utilizados nas pesquisas estão os seguintes:

- Diferença entre o valor de mercado e o valor contábil;
- Razão entre o valor de mercado e o valor contábil;
- “Q” de Tobin;
- Navegador do Capital Intelectual – Modelo Stewart;
- Modelo Skandia e
- Modelo de Sveiby.

2 ESTUDO DE CASO

Com estas informações foi possível desenvolver um estudo de caso mostrando a aplicabilidade da importância da mensuração do capital intelectual e do conhecimento do perfil da empresa, para escolher de maneira correta qual método deve-se utilizar, pois alguns deles possuem focos diferentes.

2.1 APLICAÇÃO DIFERENÇA ENTRE O VALOR DE MERCADO E O VALOR CONTÁBIL

Este é um método bastante simples de ser calculado, o valor do Capital Intelectual é determinado pela diferença entre o seu e seu patrimônio contábil e o valor no mercado.

Nas demonstrações contábeis do ano de 2004 da empresa pesquisada foi registrado um valor contábil de R\$ 182.676,80, já o valor de mercado foi determinado em R\$ 650.000,00. Diante das informações, serão substituídos os valores na equação do Capital Intelectual proposta por Stewart (1998):

$$CI = VM - VC \text{ onde,}$$

CI= capital intelectual,

VM = valor de mercado da empresa e

VC= valor contábil da empresa.

$$CI = VM - VC$$

$$CI = R\$ 650.000,00 - R\$ 182.676,80$$

$$CI = R\$ 467.323,20$$

2.2 APLICAÇÃO RAZÃO ENTRE O VALOR DE MERCADO E O VALOR CONTÁBIL

Este método é parecido ao anterior, pelo fato de serem os conceitos aplicados de forma diferente. Portanto para este método será utilizada a seguinte equação de acordo com Stewart (1998):

$$CI = VM / VC \text{ onde,}$$

CI= capital intelectual ,

VM = valor de mercado da empresa e

VC= valor contábil da empresa.

$$CI = VM / VC$$

$$CI = R\$ 650.000,00 / R\$ 182.676,80$$

$$CI = 3,6$$

Utilizando o método diferença entre valor de mercado e valor contábil foi possível determinar um valor monetário do Capital Intelectual da empresa analisada chegando por meio da equação de Stewart (1998) o valor correspondente de R\$ 467.323,20 a qual representa 72% do seu valor de mercado.

Já através da razão entre valor de mercado e valor contábil chegou-se a razão de 3,6 para o Capital Intelectual da organização, partindo do princípio de que quanto mais a empresa possui conhecimento maior será a relação entre valor de mercado e valor contábil.

Apesar disso, segundo Stewart (1998), estes dois modelos acima citados mostraram-se suscetíveis a ações de variáveis externas no mercado. Assim, pode-se afirmar que estes modelos apresentam limitações, pois abrangem apenas a perspectiva financeira, com dados brutos não sendo interessante para fins gerenciais.

2.3 APLICAÇÃO DO METODO “Q” DE TOBIN

Uma das ferramentas para medir o Capital Intelectual foi o modelo “Q” de Tobin, o mesmo visa medir a relação entre o valor de mercado e o valor de reposição dos ativos físicos. Sua formulação básica pode ser expresso conforme formula que segue:

“Q” = (VMA + VMD) / VRA, onde:

VMA= valor de mercado das ações (capital próprio),

VMD = valor de mercado das dívidas (capital de terceiros empregado)

VRA= valor de reposição dos ativos da firma.

Neste estudo de caso não temos informações suficientes para calcular o mesmo, mas vale ressaltar que é um bom referencial, pois considera o custo de reposição dos ativos e não seus custos históricos.

2.4 APLICAÇÃO DO NAVEGADOR DO CAPITAL INTELECTUAL – MODELO STEWART

De acordo com Stewart (1998) o Capital Intelectual se dividem em medidas de Capital Humano, Capital Estrutural e Capital do Cliente.

No que se refere a Capital Humano são medidas que se referem aos funcionários especialistas, são funcionários que agregam valor. Pode-se citar como

exemplo de indicadores rotatividade, tempo de profissão, posição hierárquica, percentual de novatos.

Para a empresa objeto de estudo desta pesquisa utilizou-se como medidas do capital humano os seguintes indicadores: Índice de funcionários satisfeitos: a empresa analisada obteve a marca de 65%; Tempo de profissão: verificou-se que a experiência média do corpo de profissionais da empresa é de 2,5 anos; Taxa de rotatividade: índice obteve uma rotatividade média de 12,5%.

Com relação às medidas de Capital Estrutural são medidas que visam identificar se os sistemas e estruturas da empresa estão dando suporte e subsídio para o aprimoramento e ampliação dos trabalhos do pessoal.

Os indicadores que melhor representam o capital estrutural para a empresa objeto de estudo são: razão de vendas/despesas (gerais, administrativas, vendas): com valores retirados das demonstrações contábeis, obteve-se um índice de 2,40%; giro de capital: buscando os valores nas demonstrações contábeis chegou-se a proporção de 0,07, que corresponde ao número de vezes no ano que o capital circula na empresa. Sendo assim significa que quanto mais alto o valor, menos dinheiro a empresa comprometeu para gerar suas vendas.

Já as medidas de Capital do Cliente busca avaliar o grau de satisfação do cliente com os produtos e/ou serviços oferecidos. Com essas medidas pode-se saber quanto devemos investir para reter clientes por exemplo. Os indicadores utilizados para medir o capital do cliente são os seguintes: Participação no mercado: de acordo com os indicadores a empresa tem uma participação de 20% no mercado; número de anos como cliente da empresa: a carteira de clientes da empresa verificou-se um relacionamento médio entre empresa versus cliente de 4,5 anos; número de clientes perdidos: constatou-se que houve a perda de 14 clientes.

O modelo proposto por Stewart (1998) leva em consideração a diferença entre valor de mercado e valor contábil em conjunto com os outros três elementos do Capital Intelectual, propondo a sua apresentação através de um gráfico radar, o qual segundo o autor não deve demonstrar valores.

A sua visualização permite enxergar o resultado atual da empresa e em que sentindo a empresa está caminhando sendo possível identificar quais os seus pontos fortes e fracos.

2.5 APLICAÇÃO DO MODELO SKANDIA

Para aplicação do modelo da Skandia foi necessário fazer a adaptação dos indicadores referentes aos cinco focos utilizados pela Skandia.

No “Foco Financeiro” percebe-se que a empresa objeto de estudo desta pesquisa tem investido em novos negócios ficando evidenciado através da representatividade de 32,52% das receitas de novos clientes sobre o total de receitas. Mas, no entanto, presume-se que a empresa prioriza a manutenção da carteira de clientes, baseando-se no fato de que as receitas da organização é 246% superior ao valor total de seus ativos. O índice de 73% do tempo de dedicação aos clientes deve-se ao fato de que a empresa também presta serviços de assistência e suporte aos clientes.

No “Foco do Cliente”, nota-se uma participação de mercado razoável. Apresenta um bom índice de duração média de relacionamento com seus clientes, porém um número de clientes perdidos representa 8,92% do seu número de clientes. Há também uma forte atuação dos empregados da linha de frente no atendimento ao cliente, já que 75% dos contatos feitos por clientes se reverterem em vendas fechadas.

No “Foco no Processo” o número de (PCs) e Laptops, sendo mais de um equipamento por empregado, é uma quantidade relevante, pois a empresa desenvolve softwares e da suporte dos mesmos aos seus clientes.

No “Foco de Renovação e Desenvolvimento”, o que mais se destacou foi o índice de satisfação dos empregados que alcançou a marca de 65%. Este índice é obtido através da pesquisa de clima organizacional que é realizada anualmente pela empresa, ficando evidenciado que os empregados estão satisfeitos e motivados no desempenho de suas respectivas atividades dentro da estrutura oferecida pela organização. Posteriormente percebe-se que o índice de funcionários com idade inferior a 40 anos é de 98%, mostrando a capacidade da organização em manter um bom nível de energia no trabalho, mas a experiência de funcionários veteranos que é passada aos mais jovens a filosofia corporativa da empresa fica comprometida.

Para o “Foco Humano”, os índices de liderança, motivação, *empowerment* e conhecimento em tecnologia da informação por parte dos empregados foram determinados a partir de questionário respondido pelos empregados. Os empregados mostram-se motivados, trabalhando com satisfação e responsabilidade nas suas obrigações diárias. Destaca-se principalmente, a não existência de gerentes do sexo feminino, demonstrando que a empresa não está investindo em novas experiências, que poderiam trazer novas ideias.

De acordo com Edvinsson e Malone (1998), para calcularmos o valor do Capital Intelectual de uma organização e obter um valor realista é necessário fazer a escolha dos indicadores mais representativos de cada um dos cinco focos, eliminando os índices que contenham valores mais propriamente do balanço patrimonial.

Para se calcular o valor de “C” que é a medida absoluta da fórmula do Capital Intelectual, serão utilizados os seguintes indicadores apresentados na TAB. 1 a seguir:

TABELA 1 – Cálculo do Valor do Capital Intelectual “C”

INDICADORES	VALORES
Equipamentos de informática adquiridos	\$ 9.654,00
Investimentos no desenvolvimento de capital estrutural	\$ 11.500,00
Investimento no desenvolvimento de competência	\$ 8.300,00
Investimento em suporte e treinamento relativos a novos produtos	\$ 9.200,00
Investimentos em relacionamento com o cliente	\$ 56.520,00
Investimento em treinamento para o cliente	\$ 50.240,00
TOTAL	\$ 145.414,00

FONTE: Alves (2005)

Após encontrar o valor monetário de “C”, o próximo passo é criar um valor compensatório que teste esses investimentos em relação à produtividade. Porém, temos que encontrar o valor de “i” que é o coeficiente de eficiência, conforme a TAB. 2, abaixo:

TABELA 2 – Cálculo do Coeficiente de Eficiência “i”

INDICADORES	VALORES
Tempo dedicado aos clientes	73%
Participação de mercado	20%
Conhecimento de tecnologia da informação por parte dos clientes	30%
Porcentagem das horas de treinamento	15%
Investimento em renovação e desenvolvimento / investimento total	8%
Índice de liderança	65%
Índice de motivação	65%
Índice de empowerment	76,66%
Retenção dos empregados	87,5%
Conhecimento de tecnologia da informação dos empregados	50%
TOTAL (média aritmética dos índices)	49,02%

FONTE: Alves (2005)

Assim substituímos valores obtidos na fórmula do Capital Intelectual, onde é apresentado o seguinte resultado:

Capital Intelectual Organizacional (C*i) = 0,4902 x \$ 145.414,00 = \$ 71.281,94.

Diante do resultado encontrado verifica-se que não é um valor irrelevante para a organização, visto que, a empresa objeto de estudo deste trabalho possui um ativo total em R\$ 222.293,94, mostrando que a mesma não está contabilizando 32,07% do ativo em seu Balanço Patrimonial referente ao seu ativo intelectual.

2.6 APLICAÇÃO DO MODELO SVEIBY

Este modelo gira em torno da ideia de “indicadores-chaves”, os quais são distribuídos sob três perspectivas: estrutura interna, estrutura externa e competências individuais. Assim, os quesitos crescimento, renovação, eficiência e estabilidade são relacionados a cada uma destas perspectivas mencionadas anteriormente. A escolha de tais indicadores é definida em função da estratégia adotada por cada organização.

Desta forma, Sveiby (1998) explica que a estrutura interna corresponde aos conceitos, modelos, processos internos, sistemas administrativos e sistemas de computadores. A estrutura externa compreende as relações com os clientes e fornecedores, as marcas e a reputação da empresa.

Por fim, as competências individuais envolvem a capacidade dos profissionais de agir em diversas situações para criar ativos tangíveis e intangíveis.

A escolha dos indicadores que melhor representam a competência das pessoas, a estrutura interna e a estrutura externa da empresa pesquisada segue abaixo na TAB. 3 que apresenta o monitor de intangíveis proposto por Sveiby (1998).

TABELA 3 – Resultado do monitor de intangíveis

EXTRUTURA EXTERNA	ESTRUTURA INTERNA	COMPETÊNCIA DAS PESSOAS
Crescimento/Renovação	Crescimento/Renovação	Crescimento/Renovação
Contatos de venda/Vendas fechadas: 75%	Investimento capital estrutural: R\$ 11.500,00	Custos em treinamento: R\$ 1.087,00
Aumento volume de receita: 206%	Recursos investidos em renovação e desenvolvimento/ investimento total: 8%	
Eficiência	Eficiência	Eficiência
Vendas por clientes: R\$ 4.895,28	Funcionários que geram receita: 8/10	Satisfação dos empregados: 65%
	Receita de novos negócios: R\$ 249.952,19	
Estabilidade	Estabilidade	Estabilidade
Duração media de relacionamento com cliente: 4,5 anos	Rotatividade dos empregados: 12,5%	Media etária: 27 anos
		Tempo médio de casa: 2,5 anos

FONTE: Adaptado de Sveiby (1998)

Embora o método não possibilite mensurar monetariamente o valor do Capital Intelectual da organização, o monitor de ativos intangíveis permite fazer análises verticais e horizontais em virtude das divisões que possui: estrutura externa, estrutura interna e competência das pessoas. Em cada uma dessas divisões é avaliada o crescimento/renovação, eficiência e estabilidade.

Sendo assim, o modelo também possibilita fazer uma análise por estrutura permitindo aos administradores identificarem onde se encontram seus pontos fortes e fracos, permitindo-lhes uma tomada de decisão pontual.

CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa teve como objetivo identificar os principais métodos de mensuração do Capital Intelectual e analisar vantagens e desvantagens entre eles e sua importância na gestão do conhecimento, através de uma pesquisa nos principais autores do assunto e um estudo de caso na empresa Alfa, a qual está situada na cidade de São José região metropolitana de Florianópolis, no estado de Santa Catarina e atua no mercado com desenvolvimento e comércio de sistema de computadores e presta serviço de suporte aos seus clientes.

Delimitamos aos seis principais métodos de mensuração sendo eles: Diferença entre valor de mercado e valor contábil, o qual aplicando na empresa estudada trouxe como resultado o valor de R\$ 467.323,20, já aplicando Razão entre valor de mercado e Valor contábil trouxe um valor de 3,6 o qual mostra que a empresa possui Capital Intelectual, o método “Q” de Tobin não tivemos informações suficientes para calcular, no Navegador do Capital Intelectual a empresa objeto de estudo está bem encaminhada em direção às metas estabelecidas pela direção e tem como ponto forte medidas de capital humano, no modelo da Skandia após aplicarmos a fórmula temos um valor de R\$ 71.281,94 e por fim modelo de Sveiby.o qual traz o monitor de intangíveis, que é dividido em três perspectivas: estrutura interna, externa e competências das pessoas que divide em três indicadores crescimento/renovação, eficiência e estabilidade.

Pode-se observar uma dificuldade em encontrar um único método que atendesse de maneira completa a mensuração deste importante ativo, principalmente pela origem das demonstrações contábeis e seus princípios de elaboração.

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, M. de S; FREITAS, C. R.; SOUZA, I. M. **Gestão do conhecimento para tomada de decisão**. São Paulo: Atlas, 2011.
- ALVES, F. A. **Uma contribuição ao cálculo do capital intelectual através da utilização do Navegador Skandia**: o caso da empresa Alfa. 2005. 121 f. Monografia (Bacharelado em Ciências Contábeis) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2005.
- BENTO, D. **Pedagogia empresarial**: qualidade, aprendizagem e o capital intelectual das empresas. São Paulo: Cengage Learning, 2016.
- BROOKING, A. **Intellectual capital**: core asset for the third millennium enterprise. Boston: Thomson Publishing Inc, 1996.
- CRAWFORD, R. **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.
- DAVENPORT, T.; PRUSAK, L. **Conhecimento empresarial**. Rio de Janeiro: Campus, 1999
- DRUCKER, P. F. **Uma era de descontinuidade**. Rio de Janeiro: Zahar, 1970.
- EDVINSSON, L.; MALONE, M. S. **Capital intelectual**: descobrindo valor real de sua empresa pela identificação de seus valores internos. São Paulo: Makron Books, 1998.
- FACHIN, O. **Fundamentos de metodologia**. 5. ed. São Paulo: Saraiva, 2006.
- FRIEDMAN, B. ET al. **Como atrair, gerenciar e reter o capital humano da promessa a realidade**. 2. ed. São Paulo: Futura, 2000.
- Gil, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2017.
- GÓIS, C. G. **Capital Intelectual**: o intangível do século XXI. Espanha, 2000.
- HENDRIKSEN E. S. & BRED A M. F. **Accounting theory**. 5. ed. Boston: Irwin, 1992.
- LARA, C. R. D. de. **A atual gestão do conhecimento**: a importância de avaliar e identificar o capital humano nas organizações. São Paulo: Nobel, 2004.
- NONAKA, I.; TAKEUCHI, H. **Criação de conhecimento na empresa**. Rio de Janeiro: Campus, 1997.
- OLIVA, A. **Teoria do conhecimento**. Rio de Janeiro: Zahar, 2011.
- OLIVEIRA, F. M. G.; SILVA, M. M. da. **Capital intelectual**. São Paulo: Atlas, 2013.
- PONCHIROLLI, O. **Capital humano sua importância na gestão do conhecimento**. Curitiba: Juruá, 2005.
- SCHIMIDT, S. J. L. dos. **Avaliação de ativos intangíveis**. São Paulo: Atlas, 2009.
- STEWART, T. A. **Capital intelectual**: a nova vantagem competitiva das empresas. Rio de Janeiro: Campus, 1998.
- SVEIBY, K. E. **A nova riqueza das organizações**: gerenciando e avaliando patrimônios de conhecimento. Rio de Janeiro: Campus, 1998.
- TAKEUCHI, H.; NONAKA, I. **Gestão do conhecimento**. Porto Alegre: Bookman, 2008.