

CAPITAL INTELECTUAL

João Antonio Chiquinato DIOMASIO¹

Para uma empresa ter vantagem competitiva é necessário que ela domine bem seus recursos, que, a primeira vista são definidos como capacidades de possuir e controlar dinheiro, tempo, espaço, funções. No entanto o mercado atual exige que as organizações se adaptem a era da informação e do conhecimento, e possuam capital intelectual. Segundo Thomas A. Stewart em seu livro *Capital Intelectual, a Nova Vantagem Competitiva das Empresas*, capital intelectual é a matéria intelectual- conhecimento, informação, propriedade intelectual, experiência que pode ser utilizada para gerar riqueza. Isso está ligado a pessoas. Usando um exemplo local pode-se citar o estúdio de fotografias H3 Brasil, a fotógrafa e promotora de vendas, Mara Rúbia afirma que o Sr. Milton Akira Takinobo, dono da empresa, constantemente investe em seminários, palestras, congressos, e cursos de fotografia. Ela explica que esse investimento é criterioso e que os funcionários passam por um processo seletivo, apenas os funcionários que demonstram interesse pelo trabalho, que demonstram desejo de progredir e que querem o benefício próprio e o da empresa são os escolhidos, para o Sr. Milton investir em conhecimento humano reflete no nome da sua empresa e a faz ter vantagem competitiva sobre muitos concorrentes. Nesse exemplo local vemos que o mercado regional já começa enxergar essa nova ordem, e reconhecer sua importância. No sentido figurado poderíamos explicar o conceito de capital intelectual usando o exemplo de uma árvore, as partes visíveis da árvore, tronco, galhos e folhas, representam a empresa conforme é conhecida pelo mercado e expressa pelo processo contábil. O fruto produzido por essa árvore representa os lucros e os produtos da empresa. As raízes, massa que está abaixo da superfície, representa o valor oculto. Para que a árvore floresça e produza bons frutos, ela precisa ser alimentada por raízes fortes e saudáveis, o papel de um empresário, que podemos comparar com o agricultor é regar e adubar as raízes das árvores para que elas não morram com o tempo e outras interferências. É certo e previsível que a empresa que não atentar para essas questões não sobreviverá muito tempo, até mesmo o papa João Paulo II reconheceu essa crescente importância do “*know-how*” da tecnologia e da habilidade, em sua encíclica *Centesimus Annus* de 1991, onde ele escreveu: “Se antes a terra, e depois o capital, eram os fatores decisivos da produção, (...), hoje o fator decisivo é, cada vez mais o homem em si, ou seja, seu conhecimento”.

¹ Discente do 1º ano do curso de Tecnologia em Marketing das Faculdades Integradas “Antonio Eufrásio de Toledo” de Presidente Prudente. e-mail joaodiamasio@hotmail.com