

## **CAPITAL INTELECTUAL: aspectos pontuais**

Luiz Carlos dos Santos

Observa-se uma crescente preocupação por parte de pesquisadores acerca do tema Capital Intelectual. Há expressiva quantidade de artigos, publicados em periódicos, bem como razoável produção de livros que, na sua grande maioria, tratam de forma crítica, demonstrando a necessidade de se mensurar o Capital Intelectual na organização.

Inferre-se dos estudos sobre o tema que o marco histórico do Capital Intelectual se deu com a percepção sobre a necessidade de identificar o potencial intelectual dos funcionários como sendo a base para potencializar os demais ativos intangíveis, otimizando, assim, toda a estrutura organizacional. Vários pesquisadores pensam dessa forma, a exemplo de Lucena (2007); Edvinsson (2003); Gomes (2003); Antunes (2002); Malone (1998); Sveiby (1986), dentre outros. Por que a preocupação em torno da matéria? É simples – ao longo da década de 90 do século passado, vários compradores de empresas nesta negociação prontificavam-se a pagar uma quantia muito acima do declarado no patrimônio líquido da entidade adquirida. A justificativa para o fato residia no Capital Humano das Instituições postas à venda.

Mas o que vem a ser o Capital Intelectual? Segundo Lucena (2007), o Capital Intelectual é a soma do capital humano, do capital estrutural e o capital dos clientes. Assim, no capital humano agregam-se: qualificação, habilidades e conhecimentos, e a capacidade de geração de idéias e inovação da força de trabalho. Por sua vez, compõem o capital estrutural: parte do capital intelectual que realmente pertence à empresa, que são os bancos de dados e os manuais de rotinas e procedimentos. Quanto ao capital dos clientes dele fazem parte: a lealdade à marca da empresa e a capacidade de a organização conhecer as necessidades de seus clientes e antecipar soluções para problemas futuros.

Conforme Antunes (2002), o Capital Intelectual resulta da combinação de ativos intangíveis, fruto das mudanças nas áreas da tecnologia da informação, mídia e comunicação, que trazem benefícios para as empresas e que capacitam seu funcionamento. Portanto, esses ativos intangíveis, ocultos e invisíveis podem assumir formas variadas, agrupadas nos três blocos descritos por Lucena (2007), a partir das considerações de Edvinsson (1998), ou seja, Capital Humano, Capital Estrutural e Capital de Clientes.

Registre-se, enfim, a relevância da matéria que, de certa forma, propicia elementos motivadores para o exercício de uma reflexão mais aprofundada acerca do assunto, ao tempo em que se enfatiza a necessidade de tornar mais objetivos os estudos abrangendo a

intangibilidade patrimonial, numa perspectiva de evidenciar dados e informações que, na Era do Conhecimento, são indispensáveis para uma gestão saudável, competitiva, sustentável, em suma, uma gestão efetiva.



LUIZ CARLOS DOS SANTOS

[www.lcsantos.pro.br](http://www.lcsantos.pro.br)