

FACULDADE AMADEUS – FAMA
CURSO DE ADMINISTRAÇÃO DE EMPRESAS

ELIENE DOS SANTOS

ANÁLISE DA VIABILIDADE DO CAPITAL
INTELECTUAL COMO DIFERENCIAL
COMPETITIVO PARA AS ORGANIZAÇÕES

ARACAJU

2007

ELIENE DOS SANTOS

**ANÁLISE DA VIABILIDADE DO CAPITAL
INTELECTUAL COMO DIFERENCIAL
COMPETITIVO PARA AS ORGANIZAÇÕES**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Administração da Faculdade Amadeus, como exigência para obtenção do título de Bacharel em Administração.

Orientador: Profº Eduardo Jorge Novaes Schoucair

ARACAJU
2007

ANÁLISE DA VIABILIDADE DO CAPITAL INTELECTUAL COMO DIFERENCIAL COMPETITIVO PARA AS ORGANIZAÇÕES

Eliene dos Santos¹

Resumo

A presente pesquisa tem como objetivo principal, fazer uma análise sobre a viabilidade do capital intelectual como diferencial competitivo para as organizações. A realidade do cenário atual das empresas é de muita concorrência, as pessoas nas organizações tornaram-se o principal ativo, retê-las na empresa é de suma importância para as organizações. É justamente delas que partem o ativo intangível das empresas, o capital intelectual. As empresas que não tem esse capital intelectual e não conseguem retê-los estão dificultando sua permanência neste mercado competitivo. Partindo da problemática da pesquisa onde se analisa o capital intelectual como diferencial competitivo, os objetivos se fundamentam numa caracterização de capital intelectual, se referindo a sua origem e suas contribuições como diferencial às empresas e à necessidade de manter esse capital intelectual na organização. A metodologia utilizada envolveu um estudo bibliográfico e eletrônico sobre o tema com abordagens qualitativas e exploratórias como forma de enriquecer a pesquisa. As principais conclusões obtidas a partir da presente pesquisa apontam para a percepção de que o capital intelectual é um importante diferencial competitivo para as organizações. As necessidades para se manter num cenário competitivo são reais para todas as organizações; caso não exista foco estratégico por parte da alta direção no capital intelectual, esta poderá perder espaço na valorização de seu ativo.

PALAVRAS-CHAVE: Capital; Competitiva; Conhecimento; Intelectual; Vantagem.

ABSTRACT

This research has the theme a review on the feasibility of intellectual capital as a competitive differential for organizations. His main objective includes a study on intellectual capital as a

¹Universitária do Curso de Administração da Faculdade Amadeus. E-mail: elienefama@oi.com.br

competitive differential for businesses. The reality of the current situation of enterprises is a lot of competition, people in organizations have become the main active, keep these people in the company is of paramount importance for organizations. It is precisely these people leaving the intangible of companies, the intellectual capital. Companies that do not have that intellectual capital and not retain them are hindering their stay in this competitive market. On the issue of search where it analyzes the intellectual capital as competitive differential objectives is based on a characterization of intellectual capital, recruitment and the need to retain that intellectual capital in the company. The methodology employed involved a study electronic bibliographic and on the subject with exploratory and qualitative approaches as a way to enrich the search. The main conclusions obtained from this research indicate that the perception that the intellectual capital is an important competitive differential for organizations. The need to maintain a competitive scenario is real for all organizations; with no strategic focus from the senior management of the company in the intellectual capital is losing space in the valuation of its assets.

KEYWORDS: Capital; Competitive; Knowledge; Intellectual; Advantage.

1 INTRODUÇÃO

Hoje, uma educação formal já não assegura um diferencial. Para garantir uma posição no futuro a organização precisa adquirir habilidades e práticas em transformar as informações em conhecimento e utilizá-las para obter novos produtos. Quando avaliamos o sucesso de uma empresa pensamos na força de sua marca, nos lucros que geram, nos seus sistemas de ferramentas ou em seus produtos, mas não pensamos naqueles que com seus conhecimentos chegaram a concretizar o sucesso da empresa em que atuam.

A proposta deste artigo é demonstrar que investir no capital intelectual das organizações é uma importante ferramenta de aquisição de diferencial.

Com o objetivo geral de analisar como as organizações podem trabalhar seu capital intelectual a fim de torná-lo um diferencial competitivo, o desenvolvimento se baseia em tecer algumas considerações sobre o que os estudiosos no assunto definem como capital intelectual. Sobre o que ele representa para a empresa. Comentar a viabilidade de montar as estratégias baseadas no capital intelectual como diferencial competitivo. Analisar como é importante para a organização reter esse diferencial e trazer informações sobre a forma correta da liderança para garantir a permanência desse ativo na empresa.

A relevância deste artigo está em demonstrar ao público acadêmico a importância do capital intelectual como diferencial competitivo para as organizações, buscando proporcionar uma reflexão do valor significativo daqueles que com seu conhecimento possam contribuir com o crescimento da empresa em que atuam.

A metodologia de desenvolvimento do trabalho se fundamenta numa pesquisa bibliográfica, mais precisamente no método de procedimento de estudo exploratório, por meio de fontes documentais provenientes de publicações de artigos de revistas, materiais disponibilizados em meio eletrônicos e livros sobre o tema. Caracterizar-se-á numa pesquisa aplicada, descritiva qualitativa, por analisar o fenômeno da ascensão do capital intelectual como importante diferencial para as empresas.

Para melhor demonstrar essa possibilidade, este artigo traz no seu início algumas considerações sobre capital intelectual, sua origem e particularidades. Mostra para o administrador as inovações do mercado. Comenta sobre o porquê de ser denominado capital intelectual, suas vantagens, a importância de reter esse capital na organização e demonstrar os fatores relevantes de avaliação desses ativos intangíveis, pois eles podem não ser vistos pela contabilidade atual que não o valoriza, mas deve ser tratado como o elemento mais significativo para organização.

Os estudos na área de administração sobre o impacto do conhecimento nas organizações têm sido realizados sobre a denominação de capital intelectual. Este se encontra diretamente relacionados aos elementos intangíveis resultantes das atividades e práticas administrativas desenvolvidas pelas organizações para se adaptarem e atuarem na realidade atual (BROOKING, 1996; STEWART, 1998; PABLOS, 2002; LEV, 2001). O capital intelectual integra todos os conhecimentos relacionados às pessoas, patentes, projetos e relacionamentos.

O crescimento da organização consolida-se a partir das pessoas qualificadas, especializadas, com cursos técnicos em áreas essenciais e que despertem a necessidade e vontade de crescer dentro dela. Dessa forma, o conceito de capital e de formação de capital deveria ser modificado de forma a acrescentar todos os investimentos relacionados aos seres humanos, o que se dá basicamente, pelos benefícios investidos na educação.

O conhecimento acumulado pela empresa é o principal elemento que concorre para um resultado na produção e na economia moderna. O dito capital intelectual veio tomar posse dos tradicionais fatores de produção tais como a terra, a mão-de-obra e o capital financeiro. A concorrência entre as empresas passou a ser definida através de idéias, experiências, descobertas e a especialização que conseguem gerir e propagar.

O gestor tem diante de si o desafio de preparar estratégias e iniciativas para resgatar o conhecimento adquirido ao longo do tempo. O papel a ser desempenhado por este é atuar como facilitador do compartilhamento de novas descobertas e experiências dentro da

organização, para que ela possa viabilizar suas melhores práticas e gerir seu capital intelectual.

2. CONSIDERAÇÕES SOBRE CAPITAL INTELECTUAL

Toda informação transformada em conhecimento se agrega àqueles já existentes. O entendimento do significado do capital intelectual passa pela compreensão do conhecimento.

O conhecimento apresenta várias fronteiras do saber: na sociologia, como construção social (Berger e Luckmann, 1966); na psicologia, está relacionada à aprendizagem (Piaget, 1967), na filosofia, podem-se recuperar os conceitos de labor, trabalho e ação (Arendt, 1995), dentre outros. De modo geral, gestão do conhecimento, sociedade do conhecimento, representa no todo da importância do capital intelectual na vida das organizações.

Ter habilidade para reconhecer e divulgar o conhecimento produzido dentro da empresa, promovendo a transformação do material intelectual bruto gerado pelos colaboradores da organização em capital intelectual, torna-se a grande questão. Um ativo intangível que está disperso na cabeça das pessoas que integram uma empresa e em documentos gerados em sua estrutura, como relatórios. Memorandos, arquivos eletrônicos e, especialmente, na sua experiência prática na execução das tarefas e na condução do negócio (KLEIN, 1998).

É fundamental que as pessoas tenham uma aprendizagem continuada voltada para seu crescimento pessoal e profissional, tornando assim uma moeda de permuta para afixar salários nas contratações e ascensão nas empresas.

A origem do capital intelectual, ou sociedade do conhecimento pode ser remota se considerarmos os estudos elaborados por Edvinsson e Malone, (1998); Kaplan e Norton, (2004); Nonaka e Takeuchi, (1997); Sveiby, (1998); Stewart, (1998), dentre outros, caracterizados por uma série de inovações, mudanças e transformações, nas quais as informações e o conhecimento passaram a ter um papel fundamental. Estes estudos datam a partir da década de 1990.

Desde o princípio do ano 1991, um sueco chamado Leif Edvinsson e equipe puseram em prática numa das empresas do grupo Skandia, empresa sueca, atuante no

segmento de seguros financeiros a nível mundial, o primeiro método de avaliação e visualização desse chamado capital intelectual, considerado como valor escondido. Isto no lado ocidental do mundo, considerando primeiramente a existência da teoria da criação do conhecimento na visão japonesa. A partir daí, surgiu a preocupação de investigar este tipo de capital. Ao analisar nosso passado, verifica-se que o homem sempre buscou o conhecimento para adaptar-se ao meio ou para deixar na história os seus passos.

Capital intelectual está inserido na gestão do conhecimento porque sem o conhecimento não haveria a aprendizagem e, conseqüentemente, o intelecto. O conhecimento é o meio para resolver todas as coisas. Ele é essencial, como também são importantes a terra, mão-de-obra e o capital, mas a partir do momento em que o conhecimento passou a ser o recurso, ao invés de mais um recurso é que se faz toda a diferença para as organizações. E este conhecimento dentro da organização transforma-se em capital intelectual.

O capital intelectual é gerado pelos investimentos em três elementos: “inovação, desenho organizacional diferenciado e recursos humanos” (Stewart, 1998). O conhecimento, as habilidades, experiências, intuição e as atitudes que as pessoas adquirem ao longo de suas vidas, podem ser consideradas como capital intelectual. É como se ignorássemos as pessoas que não obtiveram educação básica, mas tem em suas mãos o dom da mecânica ou até de construir uma casa.

Na definição de Leal (2001), o capital intelectual é um conceito que engloba o processo final da administração do conhecimento, se propondo em um modelo que conta com o fator humano, através das habilidades individuais aplicadas a produzir soluções; o cliente que se forma pela qualidade dos mesmos e seu tipo de relação; a qualidade dos serviços e o capital organizacional, onde estão incluídas a cultura, normas, etc.

De forma geral, a literatura reconhece a subdivisão do capital intelectual em três categorias: o capital humano, capital estrutural e capital de clientes. O capital humano pode ser definido como a qualidade do sistema de capacitação e de compartilhamento de competências dos funcionários. É representado como toda capacidade, conhecimento, habilidade e experiência individuais dos funcionários e gerentes, é forma individual de agir nas situações mais improváveis para criar ativos tangíveis e intangíveis. 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 importantes fontes de acumulação e crescimento econômico.

A correspondência de inteligência individual é puramente pessoal e não é posse da empresa. No geral, está incutida na cabeça do funcionário quando este vai para casa ao final

do expediente. Assim, a empresa pode e deve avaliá-lo, mesmo não tendo como propriedade sua, pode contabilizá-lo por aproximações através de indicadores como a percentagem de empregados com graus acadêmicos avançados, tecnologia de informação e comunicação, o número de horas de formação, níveis de motivação e de liderança, poupanças nos custos advindos de sugestões e iniciativas inovadoras dos empregados e número de produtos e projetos de iniciativas do pessoal.

O capital estrutural pertence à empresa como um todo, pode ser entendido como a capacidade organizacional, a operação dos sistemas físicos utilizados para transmitir e armazenar conhecimento. Alguns dos seus componentes recebem a denominação de direitos legais de propriedade: tecnologias, invenções, dados, publicações, processos patenteáveis, direitos autorais e outros. No capital estrutural também está incluída a estratégia e a cultura, estruturas e sistemas, rotinas organizacionais e procedimentos.

É a partir desse capital que a empresa dimensiona a conscientização e difusão da missão, da visão e dos valores comuns, necessários para executar o plano de ação. Esse capital exige liderança, disponibilidade de líderes qualificados, para impulsionar as organizações na execução da sua estratégia, trabalha em equipe, compartilhando os conhecimentos e recursos das pessoas com potencial estratégico.

O capital de clientes é entendido da seguinte maneira: quando uma empresa é vendida por um valor maior que seu patrimônio líquido contabilizado, a diferença pode ser devido ao reconhecimento explícito da existência de uma clientela fidelizada. É expresso pelos relacionamentos desenvolvidos pela empresa, porque são os consumidores, em última instância, que pagam a conta. Os índices do capital de clientes são relativamente fáceis de serem identificados, como a satisfação, longevidade e sensibilidade a preços, a participação de mercado, a retenção do consumidor, o lucro por consumidor e outros.

2.1 Importâncias de Reter o Capital Intelectual

Para reter o capital intelectual é imperativo saber desenvolver as pessoas que o detêm. O progresso das pessoas abrange experiência, vivência, percepção e, sobretudo, a competência pessoal de cada um. Trata-se de um processo globalizante, apreciando todos os estímulos e conhecimentos incorporados ao longo de sua trajetória de vidas. Assim, muitas empresas buscam encantar e deter estes talentos através de treinamentos, incentivos, desafios

e premiações. O sucesso e a perpetuação de uma empresa dependem de ter o time certo, motivado e capacitado.

Na era da produção em grande escala, essencialmente de uso, aproveitar-se ao máximo da astúcia e da capacidade criadora de todos não era essencial e o caráter gerencial de cima para baixo, de supervisão e controle, na maioria das vezes, funcionava bem. Mas à medida que as organizações se contornam mais descentralizadas, que o serviço intelectual passa a dominar a economia e a inovação se torna cada vez mais importante, tirar vantagem da verdadeira inteligência e criatividade das pessoas passou a ser uma das competências essenciais das empresas de sucesso.

Instintivamente, a maior parte das pessoas percebe muito bem a dinâmica de cultivar. Sabem que podem controlar algumas coisas, mas nem tudo. Sabem que as pessoas têm seu modo de pensar. E sabem que, às vezes, para ter o que querem precisam se adaptar às necessidades dos outros. Sabem também que um profissional mal enquadrado na função gera insatisfação, desmotivação e perdas para todos os lados.

Mas a velha mentalidade de liderar e controlar ainda desempenha uma influência importante em nosso pensamento. É fácil raciocinar que, se você não está dominando, então há alguma coisa errada com você. E as pessoas muitas vezes têm fé que, quando passa a existir um problema na organização, a saída é concentrar a autoridade, de maneira que não retorne a acontecer. Essas reações, ainda que naturais, nem sempre são sábias. Hoje, os líderes não devem tratar os funcionários como soldados em campo de batalha, mas sim como companheiros e colaboradores. Há diversos métodos que ajudarão a desenvolver pessoas e não apenas controlá-los.

A detenção de talentos ainda não se constitui como alvo relevante da administração de pessoas, mesmo quando se leva em conta o grupo das empresas onde todos querem trabalhar, consideradas de alto valor. Mas é percebido que elas estão começando a se interessar. Desta forma, percebe-se que as empresas passam a alocar, em sua lista de pessoal, não apenas profissionais técnicos, mas também aqueles que sabem trabalhar a informação de maneira criativa; contribuindo através de novas idéias e sugestões que possam favorecer o crescimento da empresa.

Os empregados não têm certeza se a alta administração tem interesse em mantê-los, ou seja, se as empresas mesmo sabendo do potencial intelectual destes desejarão que permaneçam em seu quadro de funcionários. Antes de qualquer coisa, estas têm a preocupação somente de comunicar com clareza as suas metas de longo prazo, dando assim uma orientação mais precisa para quem nelas opera. Os novos profissionais que recentemente

saem formados das faculdades têm dado muita importância ao conhecimento e probabilidade de discussão da visão estratégica das empresas que pretendem atuar.

Dessa maneira, é que a percepção do funcionário sobre a empresa resulta, em grande parte no tipo de relacionamento que ele mantém com seu superior. Porque em momentos passados todos queriam trabalhar em empresas grandes, modernas e bem organizadas, mas agora estes jovens profissionais levam em conta diversos aspectos, que destacam como relevantes a maneira como eles estabelecem correspondência em relação à visão estratégica das organizações, resultando assim na avaliação positiva em itens como direcionamento e reputação externa mais positiva do que a estratégica retenção de talentos.

De maneira quase que geral muitas das empresas aderem à conservação de seus funcionários qualificados de um ponto de vista unicamente financeiro. A prática fundamental destas se faz através de premiação com bonificando aqueles que apresentem um melhor desempenho. Embora essa prática seja muito disseminada por parte das empresas e, mesmo contemplada entre os empregados, ela não é satisfatória para deter o capital intelectual.

O que se faz necessário para agarrar as pessoas de mentes brilhantes é cuidar melhor de assuntos relacionados à carreira e desenvolvimento, para que, dessa maneira, percebam se ali há de fato, oportunidade de desenvolvimento profissional do empregado; se o chefe apresenta qualidades ou condições de treinamento; se este compactua com a visão da empresa, compartilha suas prioridades e se interessa ativamente pela assimilação e pelo crescimento do funcionário; se lhe dão dicas de como crescer na carreira; e se um bom desempenho pode se traduzir em perspectiva de promoção; se há conversas do tipo diálogo de desenvolvimento, onde os mesmos trocam idéias e sugerem melhorias nos pontos fracos de cada um.

É relevante notar que muitas empresas ainda não se conscientizaram de que uma remuneração variável não é ponto determinante para que elas consigam atrair e reter os melhores profissionais, a organização precisa oferecer condições para que o empregado possa desenvolver suas aptidões em sintonia com os objetivos da empresa, ou seja, proporcionar um bom padrão de qualidade de vida, que possa ser capaz de melhorar seu desempenho e, principalmente, ser transparente quanto ao que o empregado pode esperar dela e o que ela espera do funcionário.

O caráter de liderança mais adequado é adaptado para originar conhecimento, o líder se responsabiliza pelo comprometimento das pessoas, para isso é preciso harmonizar não só treinando, mas também com realimentação profissional, ou seja, algo efetivo para o processo de aprendizagem. Torna-se necessário desenvolver lideranças que não só encontram-

se prontas para instruir-se com a própria equipe, como também procurar conquistar resultados a partir de empenho conjunto, sem procurar a ênfase individual. Uma das maiores dificuldades da chefia é convencer àqueles que possuem o conhecimento disseminar para os demais, principalmente aos novatos, às vezes por medo de perder seu status ou até mesmo de ser demitido.

Cabe ao líder, se bem preparado, “atuar como uma alavanca para seus liderados realizarem ao máximo de suas capacidades” (Carbone, 2006). Assim poderá identificar o potencial do seu subordinado, para indicar de maneira correta os treinamentos, cursos e as necessidades que ele tem para melhorar o padrão profissional. Os itens treinamento e educação são onde parece estar grande parte do investimento das empresas em se tratando de recurso humano.

3 CONHECIMENTO INTELECTUAL COMO VANTAGEM COMPETITIVA

De acordo com Stewart (1998), “capital intelectual é a soma de tudo que todos em uma empresa sabem que lhe propicia uma vantagem competitiva”. Isto quer dizer que o desafio da competitividade está inteiramente relacionado ao empenho de conquista e de manutenção de vantagem competitiva ao longo do tempo. Faz-se necessário esclarecer as diferenças entre empresa e vantagem competitiva.

A empresa pode ser vista como um conjunto de semelhanças que designa valor, um mecanismo que funciona a partir de um método constante de aprendizagem de caráter duplo, que se sustenta das combinações que desempenha com o ambiente, diante a uma realidade econômica essencialmente desequilibrada, improvável, inesperada e, em muitas vezes, desconhecida.

Em resumo, o papel das empresas é oferecer produtos e serviços onde, a partir daí, serão recompensadas em termos de obtenção de receitas e geração de lucros. A vantagem competitiva pode ser compreendida como uma circunstância de ascendência, onde é possível identificar uma condição similar a de monopólio, em termos de desempenho, mesmo que temporário de uma empresa em relação aos seus adversários.

Adquire-se vantagem competitiva, através da aquisição de uma localização privilegiada ou de uma fonte exclusiva de matéria-prima; a existência de barreiras

alfandegárias ou de amparos legais; e a aquisição de patentes sobre produtos ou processos produtivos.

Sobre a insegurança que individualiza a atmosfera empresarial, entra em cena a idéia de inovação, que dá à empresa algum tipo de controle sobre a incerteza, ao mesmo tempo em que aumenta a dúvida das outras empresas que não possuem esse tipo de privilégio exclusivo e, assim, viabilizando a efetivação de intercâmbios entre a empresa e o ambiente, a um custo inferior ao enfrentado pela concorrência.

Nesse ponto de vista, a inovação é entendida como fator, por excelência, de vantagem competitiva, à medida que a localização privilegiada reduz a incerteza da atração de clientes, a fonte exclusiva abranda a incerteza do abastecimento de matéria-prima, as restrições legais ou alfandegárias limitam o risco de entrada de concorrentes potenciais, e as patentes freiam a instabilidade da expansão tecnológica dos produtos e serviços.

É nesse momento que se insere o conhecimento humano, com o objetivo a oferta de soluções para dificuldades concretas, e que não se desgasta com o uso, mas que se restaura e se potencializa, o que permite a geração ativa de inovações. Assim, pode-se ressaltar o trabalho humano como ponto central num contexto em que as pessoas são compreendidas como atores decisivos dos processos de criação do conhecimento, este “representado por um sistema de preços, em um mercado em concorrência perfeita, no qual toda empresa detém um conhecimento tal, que maximiza os lucros” (Rocha & Arruda, 2005), aqueles agentes ativos que vão dar a empresa a sua identificação própria, na medida em que permite a organização o estabelecimento de inúmeras combinações de competências.

No geral, para a organização ser competitiva deve buscar e manter vantagem ao longo de suas vidas, essencialmente por meio da inovação onde esta se fundamenta por meio do conhecimento. Este representa o controle dos rigores das variações onde os empregados através da aprendizagem, buscam a essência de solução dos problemas que ocorrem neste mundo incerto de trabalho e concorrências, onde num esforço para ser competitiva esforça-se para fazer cada uma de suas iniciativas uma ação inovadora. Cabe ressaltar que a inovação nem sempre quer dizer sucesso de imediato, nela o importante é aprender com o que não deu certo, e usar esse aprendizado como componente necessário para a próxima tentativa.

O desafio que se estabelece não é somente por posição no mercado de um determinado produto ou serviço, mas sim por padrões baseados em conhecimento onde as inovações permitem a oferta contínua de soluções dinâmicas para problemas que se modificam a todo o momento de forma permanente.

Para utilizar o conhecimento como diferencial é necessário que se perceba a importância de aprimorar a aprendizagem dentro do meio organizacional. A aprendizagem organizacional é a aptidão ou os procedimentos dentro da estrutura direcionada a conservar ou aperfeiçoar a atuação com base na experiência, ou seja, é algo raro em nível de sistemas porque fica dentro da organização, mesmo que as pessoas mudem estas organizações aprendem à medida que produzem.

Para que a aprendizagem se torne conhecimento é necessário converter fatores tais como as habilidades necessárias bem evoluídas, que servem como ponto de partida para novos negócios, sejam eles serviços e produtos; uma conduta que sustenta o avanço contínuo na cadeia de valores adicionados ao negócio; e a disposição de renovar ou de se revigorar constantemente.

Estes conhecimentos permitem o desenvolvimento de competências e de mudanças incrementais ou de transformação, a capacidade da organização em sobreviver e crescer está baseada nas vantagens que derivam das competências essenciais que representam a aprendizagem coletiva.

Existem vários métodos para o modelo de aprendizagem organizacional. Os mais importantes são a aquisição de conhecimento que abrange o desenvolvimento ou criação de habilidades, insight e relacionamento; compartilhamento de conhecimento, que é a disseminação do que foi aprendido; e utilização do conhecimento que significa a utilização da aprendizagem de tal modo que se torne amplamente disponível e possa ser generalizada para novas situações.

O conhecimento verdadeiro não é simplesmente informação, pois esta se não muito bem avaliada não servirá para muita coisa dentro da organização, o conhecimento inclui o significado e a interpretação desta informação a muitos outros intangíveis como o conhecimento tácito de pessoas experientes, que não são facilmente articulados, mas frequentemente determinam a competência organizacional coletiva, é onde pode ocorrer de forma planejada ou informal, sem intenções de compartilhamento e de utilização.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

É muito difícil medir aquilo que não se pode mensurar. O conceito de “capital intelectual” está associado aos valores subjetivos da organização, e pode ser considerado

como um fenômeno amplo. “Há muito tempo que o mercado acionário vem sinalizando que os registros e balanços contábeis não decidem mais o valor das companhias” (Stewart, 1998; Sveiby, 1998).

Na atual conjuntura o valor de mercado de uma empresa é a soma do capital financeiro, humano e intelectual.

Numa época em que a globalização deixa os mercados cada vez mais competitivos, onde a comunicação e informação estão na web e a qualidade e deficiência dos produtos e serviços vendidos estão à disposição de todos. A inovação chega para aqueles que buscam a sobrevivência e permanência nestes mercados.

A inteligência organizacional concebida através dos métodos de informação e conhecimento, pelas habilidades e competências dos empregados, pela qualidade dos processos de produção e de atendimento ao cliente tornou-se fator decisivo no ambiente competitivo dos dias de hoje. O intelecto passou a ser o maior diferencial competitivo da produção de produtos e serviços. Dessa maneira a administração desses ativos passou a ser decisivo para o desenvolvimento e a conservação das empresas sendo crucial para o sucesso das mesmas.

A maior riqueza das empresas é o saber e este não está sendo devidamente mensurado pela contabilidade tradicional, pois o objetivo desta é manifestar-se na correta apresentação do patrimônio e na apreensão e análise das causas de sua mutação. Sua função é prover os usuários com informações sobre aspectos de natureza econômica, financeira e física do patrimônio da organização.

Uma empresa que não desenvolve suas lideranças, o valor do bom atendimento, a ética nos relacionamentos, a qualidade nos produtos, perde a essência e enfraquece sua capacidade de realizações de bons negócios.

Várias empresas, principalmente as de grande porte estão percebendo a necessidade de adicionar valor juntamente com aquele que faz toda a diferença em qualquer organização. Este é o principal autor para o crescimento da empresa, o funcionário, o conhecimento está onde ele está não importando que seja de modo estrutural, atendendo aos clientes, inovando, criando novas tecnologias. Assim, podemos afirmar também que o capital humano serve como laboratório para qualquer empresa que busca permanecer no mercado cada vez mais globalizado.

REFERÊNCIAS

ANTUNES, M. T. Pompa; HAUCK, Ariane Sampaio; et. al. **Estudo sobre divulgação dos investimentos em capital humano e desempenho empresarial**. RPA, v3, n.5, mar/abr.2007.

BRITO, João R.T. **Considerações acerca do capital intelectual: aspectos teóricos e práticos**. Revista Multidisciplinar n°. 03, Jun./2007/ISSN 1980 – 5950.

CARBONE, Pedro Paulo et. al. **Gestão por competências e gestão do conhecimento – 2**. Ed. Rio de Janeiro: Ed. FGV. 2006.

CRAWFORD, Richard. **Na era do capital humano**. São Paulo: Atlas, 1994.

KLEIN, David A. **A gestão estratégica do capital intelectual: recursos para a economia baseada em conhecimento**/David A Klein; tradução Bazán Tecnologia e Linguística, Carlos Henrique Trieschan, Ronaldo de Almeida Rego, Maria Cristina R. Bazán. – Rio de Janeiro: Qualitymark Ed., 1998.

LEAL, Wilson. **A gestão do conhecimento e da inovação em empresas transacionais: a experiência da Siemens no Brasil**. Monografia – Especialização Gestão Estratégica da Informação, UFMG, 2001.

LINKE, J. C. **A gestão do conhecimento como Ferramenta de desenvolvimento das empresas da indústria moveleira da região de São Bento do Sul - SC**. Dissertação (Mestrado em Engenharia de produção) – **Programa de pós-graduação em Engenharia de Produção**, UFSC, Florianópolis, 2001.

MALONE, Thomas W. **O futuro dos Empregos**. São Paulo, M. Books do Brasil Editora Ltda, 2006.

MANOBE, M. **Contribuição á mensuração e contabilização do goodwill adquirido**. Tese (Doutorado) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade. São Paulo. Universidade de São Paulo, 1986.

PACHECO, Luzia. **Capacitação e desenvolvimento de pessoas** – Rio de Janeiro: Ed. FGV, 2005.

ROCHA, Simone; ARRUDA, Carlos. **Aplicação de ferramenta de medição de capital intelectual em uma empresa industrial**. RPA, v. 2, nº. 01, Jul./Ago. 2005.

SCHULTZ, Theodore W. **O valor econômico da educação**. Rio de Janeiro: Zahar, 1967.

STEWART, Thomas A. **Capital Intelectual: a nova vantagem competitiva das empresas**. 4ª ed. Rio de Janeiro: Campos, 1998.

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

SVEIBY, Karl Erik. **Métodos para avaliar ativos intangíveis**. Globalbrands - Sveiby Associados, 2001.