

# Capital Intelectual: O Valor Agregado ao Conhecimento da Empresa *Apple*

*Intellectual Capital: The Added Value to the Knowledge of the Company Apple*

Adriano Jahn

Renata Silva

## Resumo

Em decorrência dos constantes avanços tecnológicos junto à sociedade, a contabilidade tradicional vem enfrentando dificuldades em avaliar as entidades. No contexto da chamada sociedade do conhecimento, além do acervo patrimonial e recursos monetários, a valorização de uma empresa atualmente reside no conhecimento e nas informações criados e gerenciados por ela. Nas organizações o desenvolvimento do capital intelectual nas suas três vertentes - o Capital Humano, o Capital Estrutural e o Capital de Clientes - tem se tornado um diferencial de competitividade no mercado, a exemplo disso, a *Apple* ganha destaque à pesquisa, pois concilia as três esferas. Metodologicamente, a pesquisa caracteriza-se como exploratória e descritiva, baseando-se na técnica de pesquisa bibliográfica, utilizando como caso a companhia *Apple*, possuindo, assim, um caráter aplicado e qualitativo. Dessa maneira, com a finalidade de demonstrar a importância do Capital Intelectual junto à empresa citada, o objetivo da pesquisa é a evidenciação do conhecimento organizacional como fator de sucesso para a geração de futuros benefícios.

**Palavras-Chave:** Conhecimento; Capital Intelectual; *Apple*.

## Abstract

*As a result of constant technological advances in society, traditional accounting has been facing difficulties in assessing the entities. In the context of called knowledge society, beyond what the collection sheet and monetary resources, the valuation of a company currently resides in knowledge and information created and managed by it. Organizations in the development of intellectual capital in its three areas – Human Capital, Structural Capital and Customer Capital – has become a competitive edge in the market, Apple example is highlighted by research, because reconciles the three spheres. Methodologically the research is characterized as exploratory and descriptive, based on technical literature, using as if the company Apple, having thus an applied nature and quality. Thus, in order to demonstrate the importance of intellectual capital from the company mentioned, the goal of research is the disclosure of organizational knowledge as a success factor the generation of future benefits.*

**Keywords:** Knowledge; Intellectual Capital; *Apple*.

## Introdução

Diante do cenário mundial atual, por assim dizer a Era do Conhecimento, as organizações estão visualizando uma nova concepção para seus negócios. Anteriormente as técnicas contábeis de uma entidade estavam voltadas para o valor patrimonial, hoje a tendência desse valor é de serem substituídos pelo Capital Intelectual, dando ênfase a seus colaboradores, acionistas, investidores e a própria empresa.

Constata-se que hoje muitas empresas acarretam mais valores além dos seus bens patrimoniais, fazendo com que permaneçam sustentáveis e bem estruturadas. São esses valores, os recursos intangíveis, que acrescentam lucros e benefícios à organização. No entanto, por outro lado, a contabilidade tradicional enfrenta dificuldades em explicá-los, pois esses valores estão condicionados ao conhecimento agregado ao indivíduo.

O Capital Humano e o conhecimento são fatores econômicos de grande relevância à criação de benefícios futuros à entidade. Dessa forma, o Capital Intelectual é uma realidade para muitas organizações que usufruem da criatividade de seus colaboradores para maximizarem suas riquezas e manterem a competitividade no setor mercadológico.

Os ativos intelectuais representam os recursos mais importantes. Conforme a Era vivenciada, o Capital Intelectual enfatizado nesta pesquisa representa o conjunto das informações e do

conhecimento encontrados em uma empresa, pois o conhecimento impacta a valorização da organização em que a sua utilização mais as tecnologias disponíveis criam e transformam benefícios úteis a entidade.

É de se notar, contemporaneamente, que o conhecimento se transformou em um recurso estratégico para a vida do ser humano bem como das empresas. Sua obtenção e aplicação representam estímulo para a criação e implantação de processos. Assim, pode-se afirmar que as companhias que estimam o conhecimento, agregam em suma uma percepção da importância da sua gestão para diferenciação e sobrevivência sustentável junto aos seus intangíveis.

A *Apple* é um exemplo de organização em que os ativos intangíveis representam, em geral, mais importância que os tangíveis. A preocupação com a marca, com a sua reputação, responsabilidade social, capital humano, a inovação e a gestão do conhecimento representam os ativos mais valiosos da empresa, pois seu gerenciamento está condicionado a um ecossistema que engloba desde a criação de um produto até os canais de distribuição para o consumidor final.

Portanto, nesta pesquisa, questiona-se: Qual é a importância do Capital Intelectual para as organizações? Por essa razão, por meio do relato firmado, este estudo tem por finalidade demonstrar a importância do Capital Intelectual à organização por meio do conhecimento, contextualizando a contabilidade junto à sociedade do conhecimento; posteriormente, caracterizar-se-á o Capital Intelectual bem como seus benefícios, propondo-se assim a incluir uma análise do ambiente intelectual organizacional da empresa *Apple* caracterizando as três vertentes: o Capital Humano, o Capital Estrutural e o Capital de Cliente.

## Procedimentos Metodológicos

A modalidade da pesquisa tem por finalidade caracterizar os procedimentos metodológicos que serão empregados neste artigo científico. Assim sendo, quanto à natureza, a pesquisa desse estudo é aplicada, pois objetivará gerar conhecimentos novos úteis para o avanço do conhecimento.

De acordo com as técnicas de abordagem, a pesquisa apresenta peculiaridades qualitativas “que são caracterizadas pelos seus atributos e relaciona aspectos não somente mensuráveis, mas também definidos descritivamente” (FACHIN, 2005, p. 81). Assim, analisará dados pertinentes ao tema abordado por meio de conceitos, relatos e entendimentos já embasados ao conteúdo estudado.

Conforme a realização dos objetivos a pesquisa possui um caráter exploratório, pois formulará hipóteses significativas acerca do tema abordado, assim, segundo Gil (2009, p.27) corrobora:

As pesquisas exploratórias têm como principal finalidade desenvolver, esclarecer e modificar conceitos e ideias, tendo em vista, a formulação de problemas mais precisos ou hipóteses pesquisáveis para estudos posteriores. [...] Habitualmente envolvem levantamento bibliográfico e documental, entrevistas não padronizadas e estudos de caso.

Pesquisas exploratórias são desenvolvidas com o objetivo de proporcionar visão geral, de tipo aproximativo, acerca de determinado fato.

Correlacionando o conteúdo de acordo com a metodologia empregada, para alcançar o objetivo proposto pelo estudo, os dados aqui explanados foram obtidos e embasados em técnicas bibliográficas. Corroborando, Severino (2002, p. 39) conceitua que a “documentação bibliográfica constitui um acervo de informações sobre livros, artigos e demais trabalhos que existem sobre determinados assuntos, dentro de uma área do saber”.

Assim, o trabalho, a partir dessa seção, apresenta a contextualização do referencial teórico que sustenta a pesquisa; finalizando, assim, o trabalho com as considerações pertinentes ao assunto elaborado, bem como as referências utilizadas para sua construção.

## A Contabilidade e a Era do Conhecimento

Assim como toda ciência, a Contabilidade está fundamentada em bases teóricas que estão associadas juntamente com a evolução da humanidade, sendo ela fruto da própria civilização e seu progresso.

A Contabilidade nasceu com a civilização e jamais deixará de existir em decorrência dela; talvez, por isso, seus progressos quase sempre tenham coincidido com aqueles que caracterizam os da própria evolução do ser humano (SÁ, 1997, p. 15).

Segundo relatos, ela é tão antiga quanto à própria história das civilizações, estando relacionada à necessidade de registros onde o homem primitivo já se utilizava de técnicas empíricas buscando

quantificar seu patrimônio, dando assim início aos registros de uma escrituração contábil, pois “quantificava e evidenciava a riqueza patrimonial do indivíduo ou de sua família” (SÁ, 2002, p.22).

Inicialmente o homem primitivo se utilizava de conhecimentos rudimentares sobre sua riqueza, com o advento da evolução das sociedades e o progresso socioeconômico cada vez mais acirrado esse conhecimento passou a ser utilizado com racionalidade e o hoje a Contabilidade é definida como:

A ciência que estuda os fenômenos ocorridos no patrimônio das entidades, mediante o registro, a classificação, a demonstração expositiva, a análise e a interpretação desses fatos, com o fim de oferecer informações e orientação – necessárias à tomada de decisões – sobre a composição do patrimônio, suas variações e o resultado econômico decorrente da gestão da riqueza patrimonial (FRANCO, 1997, p. 21).

Haja vista, a contabilidade representa um elo entre os sistemas internos e a interação com o meio externo ao qual a empresa está inserida, ou seja, tem como função “identificar, mensurar, relatar e analisar as informações sobre os eventos econômicos da organização” (ATKINSON et al , 2008, p. 36) para que assim a entidade possa tomar suas decisões por meio de registros com base em fatos reais, buscando os resultados almejados.

Eventualmente, passando por diversas fases durante o seu amadurecimento e processo evolutivo agregado ao conhecimento, a contabilidade como exposto nos relatos anteriores, nos remete a uma contextualização. Sendo assim, o quadro a seguir apresenta a evolução do conhecimento contábil no decorrer das eras sociais.

SOCIEDADE	CENÁRIO/REFLEXOS
<b>Sociedade Primitiva</b>	<b>Cenário Mundial:</b> economia baseada na agricultura e pecuária, individual ou restrita a pequenos grupos. <b>Reflexos na Contabilidade:</b> nenhum. Apenas a contagem física dos bens (Inventário Periódico).
<b>Sociedade Agrícola</b>	<b>Cenário Mundial:</b> economia baseada na agricultura; método de produção artesanal; início das relações comerciais com o advento das descobertas marítimas. Formação de sociedades comerciais denominadas comanditas. <b>Reflexos na Contabilidade:</b> necessidade de controle mais apurado em virtude das expedições marítimas; investimentos contabilizados no início das expedições e resultado apurado após a venda das mercadorias para atender às necessidades dos sócios e do Estado, para controle dos impostos.
<b>Sociedade Industrial</b>	<b>Cenário Mundial:</b> economia baseada no capital e no trabalho; mecanização do trabalho e produção em série; formação de grandes entidades na área industrial e na prestação de serviços; obrigatoriedade de pagamento de impostos para pessoas físicas e jurídicas; Administração Científica; as duas grandes guerras mundiais. <b>Reflexos na Contabilidade:</b> Sistema de Informações Contábeis; Sistema de Informações Gerenciais; divulgação de relatórios para atender aos acionistas, gerentes e governo; auditoria externa; separação dos custos da produção; reconhecimento sistemático da depreciação; organização formal de institutos e órgãos contábeis; realização do orçamento governamental e formas de controle e divulgação; mensuração de custos, produtos e <i>performance</i> gerencial.
<b>Sociedade do Conhecimento</b>	<b>Cenário Mundial:</b> economia globalizada; recurso do conhecimento; informatização da produção e do trabalho, difusão da tecnologia da informação e das telecomunicações. <b>Reflexos na Contabilidade:</b> necessidade de harmonização das normas internacionais de contabilidade; sistema de informações contábeis para decisões estratégicas; novas formas de mensuração do valor da entidade, em função da relevância assumida pelos ativos intangíveis na composição do patrimônio das entidades.

**Quadro 1: Evolução do conhecimento contábil.**  
**Fonte: Schmidt e Santos (apud CRAWFORD, 1994; ANTUNES, 1999).**

Percebe-se a necessidade de mudanças de acordo com o processo evolutivo das sociedades, pois anteriormente os bens físicos eram motivos de riqueza para uma organização, hoje este quadro está sendo revertido para o que não está visível aos olhos, ou seja, aos ativos intangíveis e neste

caso destaca-se o indivíduo como fonte geradora de lucros/riquezas por meio do valor agregado ao seu intelecto, ou propriamente dizendo seu conhecimento.

Por conseguinte, com o advento da Era do Conhecimento, os ativos intangíveis ganharam destaque no mercado, no que diz respeito ao valor humano dentro da entidade, pois este é fato de estudos condizentes com os recursos adquiridos pela empresa por meio de sua inovação e criatividade. Assim, a Contabilidade ganha novos fatores para o sua dinâmica de trabalho, o que antes era apenas feito com base em fatos sólidos hoje é baseado muitas vezes em fatos incorpóreos, fazendo com que ela se adapte aos novos preceitos da sociedade do conhecimento.

## **Sociedade do Conhecimento**

A nova Era, conhecida por Sociedade do Conhecimento está associada ao mundo moderno e suas constantes mudanças, onde o conhecimento é fonte de produção, ou seja, “que se vem aliar aos já existentes – terra, capital e trabalho -, ou mesmo como seu substituto definitivo” (ANTUNES, 2000, p. 24). Sendo a economia da nova era não mais aquela ligada aos recursos naturais ou físicos e sim a uma nova fonte de informações o conhecimento. Conforme Rodriguez (2001, p. 5) apregoa:

Neste processo evolutivo, passamos da Sociedade Agrícola para a Sociedade Industrial e Sociedade da Informação e para a Era do Conhecimento, a qual está baseada no conhecimento e em valores intangíveis que este conhecimento poderá trazer de retorno para às Organizações.

Conforme a Organização para a Cooperação e Desenvolvimento Econômico (apud CAVALCANTI et al, 2001, p. 21) “Se antes o que gerava riqueza e poder era o domínio do capital, da terra e do trabalho, hoje a realidade é outra. [...] mais de 55% da riqueza mundial advém do conhecimento e dos bens ou produtos intangíveis [...]”. Corroborando Stewart (1998) relata que a informação e o conhecimento são peças fundamentais para a competitividade nos dias atuais, pois o conhecimento é a chave para o sucesso, sendo ele “mais valioso e poderoso do que os recursos naturais, grandes indústrias ou polpudas contas bancárias. [...] as empresas bem-sucedidas são as que têm as melhores informações ou as que as controlam de forma mais eficaz”.

Partindo desse pressuposto o ser humano se apodera da informação, pois está agrega valor, constata-se que a vantagem percebida por ele é de que está informação pode ser transformada em conhecimento, criando assim serviços e produtos de valores para a organização (ANTUNES, 2000), ou seja, a riqueza física é trocada pelo conhecimento que por meio de informações acaba por se transformar em matéria-prima fundamental para a economia.

As organizações competem crescentemente com base em seus ativos intelectuais. Vemos isso ecoando nas palavras de ordem do dia: Empresas competem numa “economia de conhecimento”, funções que requerem habilidade são desempenhadas por “trabalhadores do conhecimento”, e empresas que melhoram com a experiência adquirida são “organizações que aprendem”. [...] Num ambiente em que inovações são duplicadas rapidamente pelos concorrentes [...] é o *capital intelectual* das empresas – seu conhecimento, experiência, especialização e diversos ativos intangíveis, ao invés de seu capital tangível físico e financeiro – que cada vez mais determina suas posições competitivas (KLEIN, 1998, p.1).

São esses profissionais/trabalhadores do conhecimento, o qual as empresas veem empenhando ofertas para sua contratação. São eles que hoje possuem valor, ou seja, são caracterizados pelas suas inovações por meio de mudanças e transformações, aonde suas informações e conhecimentos pessoais são peças fundamentais para o mercado econômico.

Um número cada vez maior de pessoas passa o dia de trabalho no reino da informação e das ideias. [...] informação e conhecimento são tanto a matéria-prima quanto o produto de seu trabalho. [...] o que realmente está acontecendo é uma explosão de empregos que pagam bem os trabalhadores do conhecimento. Hoje, um médico de posse de antibióticos, equipamentos de geração de imagens por ressonância magnética e técnicas de microcirurgia leva muito mais conhecimento ao seu trabalho do que seus antecessores [...] (STWEART, 1998, p. 37-39).

Sendo assim, o que vem se prevalecendo nos tempos modernos é a capacidade intelectual em proporção maior que a manual/física. Analisando esta habilidade intelectual, procura-se evidencia-la como patrimônio da entidade a que pertence, ou seja, de que forma o colaborador acresce benefícios para a empresa com suas ideias, ideias essas que podem gerar benefícios futuros para entidade.

Levando-se em conta o que foi relatado nesse contexto, como já mencionado, surge dessa maneira o capital intelectual, ou seja, este conceito é utilizado, segundo Sá e Sá (2009, p. 59), “para significar o valor do elemento humano que age sobre o capital da empresa”, sendo causador de estudos para a contabilidade e reciprocamente para a entidade por meio de seus ativos intangíveis, no que se refere ao indivíduo como causador de fenômenos patrimoniais.

## Ativos Intangíveis

Com o crescimento constante do mercado global e o desenvolvimento intenso de novos fatores que agreguem valores, como a expansão de seus negócios a outros setores, marcas, patentes, produtos e serviços diferenciados, as organizações hoje veem buscando cada vez mais elevar a sua fonte de riqueza por meio dos recursos intelectuais provenientes da inteligência humana. Desse modo, não apenas os ativos tangíveis geram benefícios à entidade, mas também os ativos intangíveis que constituem uma parte essencial da geração de valores.

Primeiramente caracteriza-se como um ativo os recursos controlados pela empresa. Como afirma Iudícibus (2009, p. 125):

O termo recursos é amplo, incluindo tangíveis e intangíveis. O fato de serem controlados por uma entidade é uma dimensão mais moderna de ativo. Ao controlarmos, podemos ter ou não a propriedade. Por outro lado, a posse nem sempre é indispensável para caracterizar um ativo. Podemos ter adquirido um ativo e ele estar ainda em trânsito, não chegou, fisicamente, em nossa entidade, mas nem por isso, deixa de ser ativo.

Para ser considerado um ativo, em concordância com Niyama e Silva (2008, p. 119), deve-se possuir três termos fundamentais: gerar benefício futuro, ser controlado pela entidade e ser resultante de um evento que ocorreu no passado, ou seja, um ativo caracteriza-se como um recurso controlado por uma companhia como resultado de eventos passados, do qual se espera que resultem benefícios econômicos futuros para a mesma.



Figura 1: Conceito de ativo.  
Fonte: Niyama e Silva (2008, p. 119).

Dessa forma, os ativos estão ligados ao patrimônio da empresa, pois por meio deles se faz presente o valor agregado à instituição, valores esses que possuem relevância para o seu desempenho funcional e crescimento.

Respectivamente “a maioria dos intangíveis correspondem à definição de ativo, são reconhecidamente relevantes, da mesma forma que muitos ativos tangíveis” (SCHMIDT; SANTOS, 2009, p. 3).

Em um contexto geral, a característica primordial dos ativos é a sua capacidade de prestar serviços futuros à empresa, ou seja, benefícios que possuam como propriedade, individual ou em conjunto com outros ativos e fatores de produção, capazes de se transformarem em fluxos líquidos de entrada de caixa (IUDÍCIBUS, 2009).

Os ativos intangíveis são fundamentais para a valorização da empresa, além de serem fatores imateriais, contribuem para a criação de serviços ou produtos que proporcionem benefícios duradouros a entidade.

Dessa maneira, os ativos tangíveis estão relacionados a uma descrição concreta, ou seja, podem ser identificáveis, por outro lado os intangíveis são subjetivos, pois não possuem clareza, sendo assim podemos destacar o capital intelectual como um ativo intangível que segundo Stewart (1998) é classificado em três vertentes: o capital humano, o capital estrutural e o capital de clientes.

## Capital Intelectual

O Capital Intelectual ainda possui resquícios sobre o seu desempenho em uma organização, contudo, na Era do Conhecimento, esse capital é seu principal recurso. Como no período industrial o capital

financeiro prevalecia como fonte de recursos, hoje na Era do Conhecimento, a informação se torna o principal capital, dando lugar aos ativos intelectuais como substitutos dos ativos físicos.

## **Desenvolvimento Histórico**

Para uma melhor análise do contexto que vivencia-se atualmente, Toffler (1997) explica em seu trabalho as mudanças pelas quais a sociedade passou utilizando a metáfora das ondas. A primeira onda está baseada na sociedade agrícola (8000 a.C. até 1750 d.C), a segunda está condicionada a era industrial (1750 a 1955), e por fim a terceira onda que teve início na década de 50, também conhecida pela economia baseada em informação e conhecimento, e transcorre até os dias atuais.

Além de Alvin Toffler, Peter Drucker e Richard Crawford, cada um a seu modo, salientam que a sociedade atual possui um grande diferencial: o Conhecimento. Antunes (apud DRUCKER, 2000) ressalta que as tendências em torno do conhecimento, “nestas últimas décadas, tornou-se o capital principal, o centro de custo e o recurso crucial da economia”. Como afirma Crawford (1994, p.20) a economia do conhecimento fundamenta-se em serviços diferenciados, em que são produzidos e difundidos recursos inovadores com a utilização do capital humano, sendo eles base da geração de riqueza.

Constata-se assim, que ao longo das décadas, até os dias atuais, muito se fala sobre a informação e o conhecimento. Para uma melhor definição entre ambos, Nonaka e Takeuchi (1997, p. 64) correlacionam a informação e o conhecimento da seguinte forma: “a informação é um fluxo de mensagens, enquanto o conhecimento é criado por esse próprio fluxo de informação, ancorado nas crenças e compromissos de seu detentor”, conseqüentemente, o conhecimento pode ser explícito (formal e sistêmico) ou tácito (condicionado as ações do indivíduo).

Conforme a breve contextualização do desenvolvimento histórico acerca do conhecimento, observa-se que ele teve início na década de 50 coincidindo com a percurso da 3ª Onda explanada por Toffler, sendo propulsor dos estudos relacionados ao Capital Intelectual.

## **Conceitos**

O capital intelectual é visto na atualidade como fonte de estudo para muitos pesquisadores, mas como defini-lo ou explica-lo? Diversos autores - Sveiby, Stewart, Edvinsson e Malone - analisam a importância da economia baseada no conhecimento como fator de produtividade por meio de seus ativos intangíveis.

Sobe o ponto de vista de Stewart (1998):

O capital intelectual é a soma do conhecimento de todos em uma empresa, o que lhes proporciona vantagem competitiva. [...] constitui a matéria intelectual – conhecimento, informação, propriedade intelectual, experiência – que pode ser utilizada para gerar riqueza.

Edvinsson e Malone (1998, p. 9-10) fazem uma metáfora ao Capital Intelectual, onde a organização é vista com um organismo vivo, como uma árvore, então o que é descrito em organogramas, relatórios anuais, demonstrativos financeiros e outros documentos constitui o tronco, os galhos e as folhas (sendo essa a parte visível da empresa), já a parte invisível está abaixo do solo, o sistema de raízes, que caracterizam-se pelos fatores dinâmicos ocultos da entidade que embasam a parte visível formada por edifícios e produtos.

Sveiby (1998, p. 9-10) menciona que “todos os ativos e estruturas – quer tangíveis ou intangíveis – são resultado das ações humanas”. Com isso dentro do ambiente intelectual organizacional existem três fatores divididos em: capital humano, capital estrutural e o capital de clientes. Sendo que o capital intelectual surge do intercâmbio entre o capital humano e o capital estrutural (EDVINSSON; MALONE, 1998), e por fim o intercâmbio com o capital de cliente onde o capital intelectual se transforma em dinheiro.

Os conceitos apresentados por esses autores tendem a monitorar e gerenciar o capital intelectual proveniente das informações e conhecimento agregados ao indivíduo, valorizando assim a riqueza da instituição a que estão presentes, ou seja, sendo de grande importância para a prosperidade da empresa, condicionado a sinergia entre os capitais propostos.

## **Importância do Capital Intelectual**

O Capital Intelectual tem se tornado uma fonte de recursos para o desenvolvimento organizacional em decorrência das mudanças ocorridas no mercado global. As empresas têm buscado novos conhecimentos para alavancar seus negócios por meio da inovação e qualificação de seus

colaboradores, colaboradores esses que por meio do seu intelecto agregam valores ao produto ou serviço. De acordo com Cavalcanti et al (2001, p. 25) “O conhecimento passa a ser o novo motor da economia e se transformou no principal fator de produção”.

O capital intelectual enfatizado neste artigo tem por finalidade demonstrar a sua importância a empresa, por meio do indivíduo, como fonte geradora de riqueza mediante a aplicação do recurso “conhecimento” ao invés do monetário.

Como o Ativo Humano ou Capital Humano compreende os benefícios que o indivíduo pode propiciar para as organizações, é natural que hoje em dia as empresas dediquem maiores esforços para identificar aquelas pessoas que poderão otimizar essa relação de causa e efeito. Quanto melhor o capital humano/ativo humano de uma organização, melhores resultados ela alcançara no Capital Intelectual (ANTUNES, 2000, p.82).

A aplicação do recurso conhecimento tem impactado valores a organização, pois a sua utilização esta associada ao intelecto, e este provem do ser humano caracterizado como capital humano.

Segundo o editor da *Forbes* ASAP Rich Karlgaard (EDVINSSON; MALONE, 1998, p. 2) relata que:

Como parâmetro financeiro, o valor contábil está completamente morto, pois trata-se de um artefato da Era Industrial. É lógico que vivemos na Era da Informação, embora pouquíssimas pessoas aceitem esse fato. A incapacidade de compreender a importância decrescente do valor contábil – e dos ativos permanentes que formam o numerador desse parâmetro – é uma prova disso.

A inteligência humana e os recursos intelectuais constituem presentemente os ativos mais valiosos de qualquer empresa.

O economista que propuser uma melhor forma de calcular o valor da empresa terá de considerar os novos ativos intangíveis que assumem tanta relevância atualmente... Por enquanto, a sociedade não possui os instrumentos necessários para medir esta nova fonte de riquezas.

Assim, gerando conhecimentos e conseqüentemente inovando e renovando seus objetivos junto ao avanço tecnológico, o indivíduo adquire mais experiência aumentando conseqüentemente a lucratividade da organização, ou seja, ele utiliza-se do conhecimento para aplicar a informação ao resultado esperado, específico.

## **Análise do Capital Intelectual da Apple**

Uma organização não pode existir sem saber em que mercado está inserido e aonde quer chegar, definindo assim, uma visão estratégica de seus objetivos no segmento em que está focado. Além disso, é preciso estar atento às mudanças constantes no mercado, bem como a evolução diária das inovações tecnológicas, compactuando perfeitamente com a informação e o conhecimento. E ainda, alinhando o segmento dos negócios com o relacionamento dos clientes.

Assim, com essas características, a *Apple*, uma das maiores empresas relacionadas a equipamentos eletrônicos e softwares, empreendedora e inovadora, foi fundada em 1976, em Cupertino, na Califórnia, pela mente fabulosa de dois estudantes, Steve Jobs e Steve Wozniak, que começaram a montar computadores de forma artesanal na garagem de seus pais.

Inicialmente, a dupla desenvolveu o *Apple I*, o qual vendeu poucas unidades, mas foi o necessário para sustentar a ideia de ir adiante com seus negócios. Posteriormente, com o aprimoramento e aperfeiçoamento da *Apple I*, foi lançado em 1977 o *Apple II* (que fez sucesso até o início da década de 80). A partir de então, a inovação foi peça fundamental para a criação de novos modelos como o *Apple III*, *Lisa* e o *Macintosh* com seu sistema operacional o *MacOS*, um desenvolvimento revolucionário para a época, sendo o primeiro a popularizar-se pela interface gráfica e pela utilização doméstica do *mouse*, que fez com que a empresa tornasse seus computadores objeto de desejo de seus clientes.

Evoluindo e aperfeiçoando de forma criativa seus produtos, hoje a *Apple* fabrica aparelhos eletrônicos como o *iPad*, *iPhone*, *iPod*, *Imac*, *Macbook* entre outros produtos que são almejados por diversos consumidores, além de possuir uma vasta cadeia de lojas comerciais. Dessa maneira, a *Apple* se consagra como uma empresa robusta, que surpreende de forma avassaladora, devido ao seu *design* inovador e tecnologia de ponta. Isso fez com que Jobs buscasse por excelência o segredo notável da *Apple* o seu *design*, abordando uma forma singular no desenvolvimento de seus produtos que são desenvolvidos sob sua orientação, constantemente editados e revistos (KAHNEY, 2008).

Agregando valores aos seus produtos, Jobs foi mestre em inovação criando concepções revolucionárias para o mercado bem como à sociedade. Contudo, fatos recentes como a renúncia de seu cargo em agosto de 2011, trouxe à tona a preocupação de como seria o futuro da empresa sem o seu comando, sendo ele detentor do grande potencial da companhia: a inovação.

Jobs deu lugar a Tim Cook que está recentemente no comando da empresa. Devido a sua renúncia as ações da companhia tiveram uma leve queda, ocasionado a acreditar que Jobs era o único detentor do Capital Intelectual da *Apple*, fato esse que se mostra contraditório, pois novos talentos estão dando continuidade aos projetos da empresa como Jobs cita: “no nosso setor, uma única pessoa não consegue mais fazer as coisas, você cria uma equipe de pessoas à sua volta” (KAHNEY, 2008, p. 102).

Outro fato importante para história da empresa, que deve ser lembrado foi recentemente o falecimento de Jobs, em outubro de 2011, devido a problemas de saúde. Consequentemente a esse fato, as ações da *Apple* tiveram novamente uma leve queda de 0,23% no mercado; contudo devido ao lançamento do seu mais novo produto, o *iPhone 4S*, as ações da empresa bateram recordes fechando em US\$422 possuindo assim o maior valor de mercado entre todas as companhias de capital aberto estimado em US\$391 bilhões (G1, 2011).

Dados recentes apontam que a *Apple* fechou esse ano, 2011, o terceiro trimestre com receita recorde de 28,57 milhões de dólares e um lucro líquido de 7,31 milhões de dólares, com uma margem bruta de 41,7% comparado aos 39,1% do trimestre do ano anterior. O lucro da empresa alcançou 125%, para US\$ 7,31 bilhões, enquanto o faturamento chegou a US\$ 28,6 bilhões, aumento de 82% ante o mesmo período do ano passado (APPLE, 2011).

Jobs em seu legado utilizou todo seu conhecimento para criar a *Apple*, entrelaçando tecnologia, *design*, marca e moda, construindo assim uma experiência completa ao consumidor para que seus produtos funcionem perfeitamente.

O fortalecimento da empresa está ligado à pesquisa, desenvolvimento e inovação. De acordo com o breve resumo explanado no contexto, a companhia adquiriu “valiosos materiais intelectuais sob a forma de ativos e recursos, perspectivas e capacidades tácitas e explícitas” (STEWART, 1998, p. 67) encontrados nas pessoas, na estrutura e nos clientes.

## Capital Humano

O capital humano está condicionado as habilidades, experiências e conhecimento dos empregados, juntamente com o poder de inovação e criatividade integrantes da cultura e filosofia organizacional. Corresponde aos benefícios que o indivíduo pode favorecer para a organização, otimizando a relação de causa e efeito. “Quanto melhor o capital humano/ativo humano de uma organização, melhores resultados ela alcançará no Capital Intelectual” (ANTUNES, 2000, p. 82), ou seja, o capital humano constitui-se das pessoas integrantes de uma organização que precisam ser mantidos e desenvolvidos para o sucesso da empresa.

Por meio disso a *Apple* firmou uma série de parceiras produtivas. A companhia sempre buscou pessoas geniais para realizar os trabalhos com excelência, desenvolvendo assim produtos incríveis. Assim, sempre busca manter o alto nível de qualidade dos seus colaboradores, fazendo com que a equipe torne-se uma vantagem competitiva para empresa frente as suas rivais.

A empresa criou assim seu império, captando “igualmente a dinâmica de uma organização inteligente em um ambiente competitivo em mudança” (EDVINSSON; MALONE, 1998, p. 31), criando uma companhia dedicada a atividades que resultassem em inovação, baseando a riqueza organizacional em torno de talentos e habilidades.

Além disso, a companhia oferece como estímulo a seus colaboradores opções de compra de ações como recompensa no momento em que ingressam na empresa (KAHNEY, 2008). Assim com uma gestão participativa, a *Apple* cresce conforme a maneira com que utiliza o conhecimento agregado dos seus colaboradores, fazendo assim o uso adequado para as utilidades necessárias junto ao mercado em benefício da organização.

## Capital Estrutural

Definido como o conjunto dos sistemas administrativos, patentes, marcas, incluindo “fatores como a qualidade e o alcance de sistemas informatizados, a imagem da empresa, [...] os conceitos organizacionais, [...] a propriedade intelectual” (EDVINSSON; MALONE, 1998, p. 32) alinhados a cultura organizacional do funcionamento dos negócios da empresa, o capital estrutural é descrito como a base ou mesmo dizendo à infraestrutura que dá apoio ao capital humano.

Stewart (1998, p. 68-69) acrescenta que o capital estrutural são sistemas de informação, “laboratórios, inteligência competitiva e de mercado, conhecimento dos canais de mercado e foco gerencial, que transformam o *know-how* individual em propriedade de um grupo”.

A *Apple* é uma organização plana, com poucos níveis de administração. Os gastos com planejamento e desenvolvimento fizeram com que se tornasse uma das mais bem-sucedidas na área



tecnológica focando em projetos com maior potencial, a companhia caracteriza-se como uma máquina em inovação.

Diante disso Jobs “tem sido capaz de escolher e orientar o desenvolvimento de um produto de sucesso a cada dois ou três anos [...] sendo a empresa impulsionada pelos produtos” (KAHNEY, 2008, p. 115).

Adentrando a maneira de organizar o capital estrutural pode-se classificá-lo como três componentes de capital (EDVINSSON; MALONE, 1998, p.32): o capital organizacional, caracterizado pelos investimentos da empresa em sistemas para agilizar o fluxo de conhecimento organizacional; o capital de inovação, abrange a capacidade de renovação amparada nos resultados de inovação colocando rapidamente no mercado novos produtos e serviços; e o capital de processos, constituído pelos processos, técnicas e programas voltados aos colaboradores, que intensificam sua eficiência.

Aprofundando a análise do capital estrutural, ele passa a ser de propriedade da empresa sob a forma de invenções, tecnologias, processos, dados, sendo caracterizado como o conhecimento utilizado para a criação contínua do valor organizacional.

## Capital de Clientes

É definido como a rede de relacionamentos de uma entidade e seus colaboradores com os seus clientes.

O Capital de Clientes é toda estrutura externa de relacionamento com os clientes e fornecedores disponibilizados pela empresa. Os componentes do capital do cliente - estratégia competitiva, preço, marca, embalagem, distribuição, serviços, assistência técnica, comunicação – estão inter-relacionados para compartilhar conhecimento com o cliente. Uma vez que o conhecimento é o componente mais importante do valor das transações econômicas – ou seja, o conhecimento sendo o que compramos e o que vendemos – ele é o principal ingrediente do capital do cliente (CHAVES et al, 2011).

Estando atentas as experiências de seus consumidores, a *Apple* buscou dar a atenção merecida a seus usuários. Pode-se analisar de fato com a criação da *Apple Store*, sua rede de lojas de varejo, que representam uma grande e crescente parcela dos negócios da companhia.

As lojas são como sofisticados butiques de roupas. São chiques e estilosas, vendendo um estilo de vida [...]. As lojas da *Apple* são lugares para se estar sem pressões, onde os clientes podem brincar com as máquinas e sair sem culpa [...]. Não há vendedores agressivos prontos a dar o bote e pressionar os clientes para que comprem acessórios caros e garantias estendidas desnecessárias. Essas são coisas básicas para alguns, mas, para uma imensa parcela da população, um pouco de orientação simples e amigável é crucial para fazer uma venda. É importante como isto é importante para conquistar novos clientes que não estejam familiarizados com a tecnologia. (KAHNEY, 2008, p. 188-189).

Jobs queria trazer os consumidores para dentro da loja, tornando-a uma loja onde os clientes pudessem ter um gostinho do estilo de vida digital *Apple*. Com isso a “meta de enriquecer vidas levou a dois objetivos claros: projetar lojas em torno da experiência do consumidor e estar consciente da experiência de ser proprietário de um produto durante todo o período de vida dele” (KAHNEY, 2008, p. 195). Assim, os funcionários *Apple Store* buscam persuadir delicadamente os consumidores – muitos deles usuários de outros sistemas – a migrarem para o *Mac*.

As lojas estão evoluindo de bem projetados centros de compras para ambientes de aprendizagem. As lojas de varejo demonstram a inovação da *Apple* em ação à experiência do consumidor (KAHNEY, 2008).

Além disso, as lojas possuem serviços atrativos como a estação *Genius Bar* onde os colaboradores são requisitados a oferecer ajuda e apoio aos usuários de seus produtos, tendo como missão ajudar e ensinar o cliente a manusear os hardwares e softwares da *Apple*, além do que qualquer reparação que o produto necessite é feita na mesma hora.

Assim, *Apple* possui uma cartela significativa de clientes, é de se notar através da *Apple Worldwide Developers Conference*, ou WWDC, evento realizado anualmente e aguardado por todos, onde são anunciados e demonstrados seus novos softwares e tecnologias que impactam os usuários de seus produtos e serviços, parte disso também se deve as campanhas, que combinam boatos e surpresas com o marketing tradicional, onde o sigilo garante sua eficiência.

Como expõe Stewart (1998, p. 69) “o capital de cliente é o relacionamento de uma empresa com as pessoas com as quais faz negócios”, sendo por meio desse “relacionamento com os clientes, que o capital intelectual se transforma em dinheiro”.

Desse relacionamento cria-se um capital intelectual comum que adicione valor. Por meio desse elo a *Apple* se torna uma empresa conhecida, pois cria uma nova visão para seus objetivos e sua linha de produtos, a mesma busca conhecer seu cliente, suas preferências, compartilhando

conhecimento para assim solucionar problemas, tornando as informações recebidas úteis para o retorno do seu serviço/produto.

Jobs sempre buscou criar a melhor experiência para os usuários de seus aparelhos por meio da simplicidade e cuidado com os produtos desenvolvidos, desde a embalagem até o produto final (KAHNEY, 2008). Por meio disso, fez-se entender que outro ativo importante da *Apple* eram seus clientes que tornavam-se fiéis a medida que a empresa crescia. Grande parte da inovação na *Apple* diz respeito a moldar a tecnologia de acordo com as necessidades do consumidor, sem tentar forçar o usuário a adaptar-se à tecnologia.

Sendo o cliente parte fundamental do relacionamento com a companhia, a mesma faz com que defina seu sucesso de negócio, elaborando e construindo alianças com cada um dos seus clientes.

## **Resultado da Interação entre os Capitais**

Correlacionando os três capitais, observa-se que o capital intelectual da *Apple* é fonte de matéria-prima dos benefícios obtidos pela entidade. Sendo o capital humano fonte de inovação e renovação, ele é base fundamental para que os indivíduos ofereçam soluções para seus clientes (STEWART, 1998, p.68) interligado ao capital estrutural que tem como propósito suprir as exigências do mercado, ambos criam o valor dos relacionamentos de uma empresa com as pessoas com as quais fazem seus negócios, ou seja, por assim dizer “o capital intelectual não é criado a partir de partes distintas de capital humano, estrutural e do cliente, mas do intercâmbio entre eles”(STEWART, 1998, p.70).

## **Considerações Finais**

Diante dos constantes avanços tecnológicos e da rápida globalização mundial, o presente estudo analisou a transição de uma sociedade industrial para uma sociedade baseada no conhecimento, onde as mudanças econômicas, políticas, culturais e sociais fazem parte desse amadurecimento, transpondo a sociedade para o patamar em que se encontra hoje.

Analisando a trajetória da Contabilidade, observa-se que, ela tende a refletir as características do ambiente econômico em que está inserida. Nas sociedades primitivas, resumia-se a simples contagem de bens físicos. Posteriormente, com o surgimento da moeda e o desenvolvimento mercantil, passou a ser usada como instrumento de controle financeiro de determinados segmentos.

Já com o início da Revolução Industrial, o conhecimento contábil passou a fornecer informações atualizadas para dar apoio aos sistemas gerenciais. Consequentemente, a Contabilidade passou a contribuir de forma incisiva para a padronização das informações econômicas, fornecendo assim, demonstrações que passassem a contribuir nas decisões organizacionais, bem como ao mercado externo.

Dessa forma, a Contabilidade sofreu influências juntamente na medida em que a sociedade evoluía. Em síntese, seu desenvolvimento acompanha o crescimento e desenvolvimento das civilizações, cujo progresso da humanidade fez com que se tornasse cada vez mais importante e fiel ao que se propõe em oferecer.

Dessa maneira, com o surgimento da nova Era, baseando a economia no conhecimento, as empresas analisam outras formas de gestão e atuação do sistema organizacional, característica essa da *Apple* que criou um novo paradigma em que a inovação, criatividade, conhecimento, rapidez, capacidade de aprendizagem e qualidade no relacionamento se tornam mais importantes que os bens tangíveis.

A imagem da companhia frente ao mercado, o estímulo de seus funcionários, a fidelidade de seus clientes, a qualidade de seus serviços e produtos são fatores que não podem ser desconsiderados quando se confere valor à organização.

O conhecimento, aquele agregado ao intelecto dos seres humanos – ou por assim dizer, o Capital Intelectual –, sempre foi peça central para o desenvolvimento tecnológico e econômico. Nos últimos anos, ele se tornou instrumento de grande importância para o desenvolvimento e crescimento econômico da organização. Contudo, a sua eficácia se deve, também, entre a sinergia com o Capital Estrutural e o Capital de Clientes.

Pode-se concluir também que, na Era do Conhecimento não há como desconhecer o Capital Intelectual de uma organização, os ativos intangíveis são fundamentais no que concerne a respeito da economia de uma empresa. Sendo esses intangíveis agregadores de valores a entidade, a Contabilidade precisa focar esforços em registrá-los, sendo ela fonte de informação para os gestores na tomada de decisão. Sendo assim, é necessário uma reavaliação nas normas contábeis, buscando acrescentar o conhecimento como fonte geradora de benefícios à entidade.

A exemplo disso, um Balanço Patrimonial não evidencia todas as informações que contribuem para a geração de valor a uma entidade. Muitas vezes, o que não consta nos balanços tem uma

relevância maior do que os dados ali encontrados. As informações a respeito do Capital Intelectual estão mudando a visão das demonstrações elaboradas pela Contabilidade.

Portanto, sendo o conhecimento infinito, ainda há um longo percurso a enfrentar para que se possa medir adequadamente o capital intangível nas demonstrações contábeis das organizações, que o utilizam de forma estratégica e diferencial para a tomada de decisões em seus negócios e permanência no mercado competitivo.

## Referências

APPLE apresenta resultados do terceiro trimestre. **Apple**. Disponível em: <<http://www.apple.com/pt/pr/library/2011/07/19Apple-Reports-Third-Quarter-Results.html>>. Acesso em: 29 out. 2011.

AÇÕES da Apple atingem maior valor da história na chegada do iPhone 4S. **Globo**. Disponível em: <<http://g1.globo.com/tecnologia/noticia/2011/10/acoes-da-apple-atingem-maior-valor-da-historia-na-chegada-do-iphone-4s.html>>. Acesso em: 29 out. 2011.

ANTUNES, Maria Thereza Pompa. **Capital intelectual**. São Paulo: Atlas, 2000.

ATKINSON, Anthony A. et al. **Contabilidade gerencial**. 2 ed. Atlas: São Paulo, 2008.

CAVALCANTI, Marcos do Couto Bezerra; GOMES, Elisabeth Braz Pereira; PEREIRA NETO, André Faria de. **Gestão de empresas na sociedade do conhecimento**: um roteiro para a ação. Rio de Janeiro: 2001.

FACHIN, Odília. **Fundamentos da metodologia**. 4. ed. São Paulo: Saraiva, 2005.

PEREIRA NETO, André Faria de. **Gestão de empresas na sociedade do conhecimento**: um roteiro para a ação. Rio de Janeiro: 2001.

CHAVES, Eunides Maria Leite et al. O modelo, para o Sepro, de compartilhamento das melhores práticas de relacionamento com os clientes. **Sepro**. Disponível em: <[http://www1.serpro.gov.br/publicacoes/gco\\_site/m\\_sumario.htm](http://www1.serpro.gov.br/publicacoes/gco_site/m_sumario.htm)>. Acesso em: 15 out. 2011.

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. Atlas: São Paulo, 1994.

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

FRANCO, Hilário. **Contabilidade geral**. 23 ed. Atlas: São Paulo, 1997.

GIL, Antonio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6 ed. São Paulo: Atlas, 2009.

HENDRIKSEN, Eldon S; VAN BREDA, Michael F. **Teoria da contabilidade**. São Paulo: Atlas, 2009.

IUDÍCIBUS, Sérgio de. **Teoria da contabilidade**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

KATSUMI, Jorge; SILVA, César Augusto Tibúrcio. **Teoria da contabilidade**. Atlas: São Paulo, 2008.

KAHNEY, Leander. **A cabeça de Steve Jobs**. Agir: Rio de Janeiro, 2008.

KLEIN, David A. **A gestão estratégica do capital intelectual**: recursos para a economia baseada em conhecimento. 1 ed. Rio de Janeiro: Qualitymark, 1998.

MARION, José Carlos. **Contabilidade empresarial**. 15. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

NONAKA, Ikujiro; TAKEUCHI, Hirotaka. **Criação de conhecimento na empresa**. 12 ed. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

RODRIGUEZ, Martius Vicente Rodriguez. **Gestão do conhecimento**: reinventando a empresa para uma sociedade baseada em valores intangíveis. Rio de Janeiro: IBPI Press, 2001.

SÁ, Antônio Lopes de; SÁ, Ana Maria Lopes de. **Dicionário de contabilidade**. 11. ed. Atlas: São Paulo, 2009.

SÁ, Antônio Lopes de. **História geral e das doutrinas da contabilidade**. Atlas: São Paulo, 1997.

\_\_\_\_\_. **Teoria da contabilidade**. 3 ed. Atlas: São Paulo, 2002.

SEVERINO, Antônio Joaquim. **Metodologia do trabalho científico**. 22. ed. São Paulo: Cortez, 2002.  
SCHMIDT, Paulo; SANTOS, José Luiz dos. **Avaliação de ativos intangíveis**. 2 ed. Atlas: São Paulo, 2009.

STEWART, Thomas A. **Capital intelectual**: a nova vantagem competitiva das empresas. 9 ed. Campus: Rio de Janeiro, 1998.

SVEIBY, Karl Erik. **A nova riqueza das organizações**: gerenciando e avaliando patrimônios de conhecimento. Campus: Rio de Janeiro, 1998.

TOFFLER, Alvin. **A terceira onda**. Record: Rio de Janeiro, 1997.