

CAPITAL INTELECTUAL: UMA ANÁLISE COMPARATIVA DA EVIDENCIAÇÃO VOLUNTÁRIA EM EMPRESAS DE GOVERNANÇA CORPORATIVA NO ANO DE 2006

Donizete Reina

Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC-SC)

dreina1@hotmail.com

Ernesto Fernando Rodrigues Vicente

Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC-SC)

e.fernando@cse.ufsc.br

Sandra Rolim Ensslin

Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC-SC)

sensslin@gmail.com

RESUMO

Esta pesquisa demonstra os resultados sobre evidenciação voluntária dos elementos de Capital Intelectual (CI) nos relatórios da administração das 30 maiores companhias abertas, bem como uma análise entre segmentos de Governança Corporativa. O objetivo da pesquisa foi investigar as formas de divulgação do CI por empresas pertencentes ao Nível I de Governança Corporativa e fazer uma análise comparativa com empresas do Novo Mercado. A pesquisa é qualitativa, com fonte de dados secundários, e documental, pois foi realizada por meio da técnica de análise de conteúdo. Dentre os resultados obtidos para as empresas do Nível I, destaca-se que 87% das mesmas evidenciam elementos de CI; elementos como *Competências relacionadas ao trabalho* e *Canal de distribuição* lideram a frequência de evidenciação, com 43% e 33%, respectivamente. Além disso, a categoria *Competência dos Funcionários* teve a maior representatividade, com 43%. Na análise comparativa envolvendo as empresas do Nível I e as do Novo Mercado, constatou-se que: o elemento *Processos gerenciais* foi evidenciado pelos dois segmentos, no segmento Novo Mercado a categoria *Capital Interno* foi a mais representativa (41% de evidenciação). Conclui-se que embora muitas empresas estejam dando ênfase à evidenciação, outras ainda estão num estado embrionário.

Palavras-chave: Capital intelectual. Evidenciação voluntária. Governança corporativa nível I. Novo mercado. Relatório da administração.

Área Temática: Teoria da Contabilidade.

1 INTRODUÇÃO

O capital intelectual tem assumido papel importante na vida das pessoas e organizações, (STEWART, 1998; REZENDE, 2001; ANTUNES e MARTINS, 2007), além de produzir ativos de alto valor para as empresas (ROCHA e ARRUDA, 2005 e CUNHA, 2006). Antunes e Martins (2002), Perez e Famá (2006), Ensslin e Carvalho (2007) e Patrocínio, Kayo e Kimura (2007) afirmam que a literatura tem evidenciado o capital intelectual como agente que adiciona valor às organizações. Cabe destacar que em sua grande maioria as informações referentes ao Capital Intelectual (CI) não são relatadas nos balanços tradicionais – embora esforços iniciais estejam emergindo, conforme se pode verificar com a publicação da Lei 11.368/07 - criando com isso, um “*gap*” informacional no mercado. Este “*gap*” informacional vem por afetar, dentre outros indivíduos, os investidores, que demandam, cada vez mais, informações. Como resultado uma tendência tem se manifestado: as informações sobre as práticas de CI são divulgadas voluntariamente, de tal forma a preencher esse espaço (MOUTISEN, BUKH e MARR, 2005) e a reduzir a assimetria informacional (IUDÍCIBUS, 2004). A partir dessa constatação, destaca-se a necessidade de redução da assimetria informacional, por meio da evidenciação. Segundo Iudícibus e Lopes (2004) e Lopes e Martins (2005) uma consequência dessa divulgação voluntária é produção de um impacto no preço das ações. Na tentativa de atender a esse mercado e, conseqüentemente, melhorar o valor de suas ações e atrair possíveis futuros investidores, as empresas estão identificando e divulgando os elementos que compõem o seu CI.

Para Moutisen, Bukh e Marr (2005 *apud* REINA e ENSSLIN, 2008), existem alguns motivos que justificam uma necessidade crescente em relatar informações sobre capital intelectual. Um desses motivos é que as informações sobre capital intelectual – se não divulgadas - podem prejudicar os acionistas minoritários, uma vez que esses não possuem livre acesso aos intangíveis das empresas. Outro motivo seria o acesso a informações “privilegiadas”, o que pode, eventualmente, gerar um “comércio” dessas informações, entre os gestores, com intuito de explorá-las. Um terceiro motivo apontado pelos autores é a liquidez do mercado de ações e a busca crescente pelos títulos de crédito oriundos de empresas com uma maior divulgação voluntária desses intangíveis. Um quarto motivo é o perigo de geração de estimativas imprecisas para os investidores e demais *stakeholders*, no caso de não divulgação do CI. Um quinto e último motivo está relacionado ao aumento no custo de capital, em função do maior grau de risco imputado às empresas.

O que significa evidenciar informações de forma voluntária? Segundo Piacentini (2004, p. 51) “[A]s evidenciações voluntárias são meios utilizados pelos investidores para analisar as estratégias e os fatores críticos de sucesso da companhia, tanto no ambiente em que as mesmas estão inseridas, como sob o aspecto competitivo do cenário econômico”. Corroborando essa idéia, a deliberação 29/86 da CVM acrescenta que “as empresas precisam dar ênfase á evidenciação de todas as informações que permitem a avaliação da sua situação patrimonial e das mudanças de seu patrimônio (. . .) (p. 03)”. A Contabilidade é uma ciência cujo objetivo é fornecer informações sobre a situação econômico-financeira das empresas aos seus usuários, por meio das demonstrações contábeis (IUDÍCIBUS, MARTINS e GELBCKE, 2007). As informações contidas nas demonstrações contábeis são complementadas pelas Notas Explicativas e pelo Relatório da Administração. Por intermédio desses relatórios os *stakeholders* podem avaliar tendências futuras das empresas, bem como os investimentos na área social e em ativos intangíveis (DALMÁCIO e PAULO, 2004).

O Relatório da Administração, segundo IUDÍCIBUS, MARTINS e GELBCKE (2007, p. 505), “representa um necessário e importante complemento às demonstrações contábeis publicadas por uma empresa, em termos de permitir o fornecimento de dados e informações

adicionais que sejam úteis aos usuários em seu julgamento e processo de tomada de decisões”. Justifica-se, assim, a utilização dos Relatórios da Administração como fonte de coleta de dados para investigação da existência, ou não, dos elementos de CI nas organizações.

Para fins deste estudo, as companhias selecionadas para investigação são as pertencentes ao Nível I de Governança Corporativa. Segundo a Bolsa de Valores de São Paulo (BOVESPA) as “empresas listadas nesses segmentos oferecem aos seus acionistas e investidores melhorias nas práticas de governança corporativa que ampliam os direitos societários dos acionistas minoritários e aumentam a transparência das companhias, com divulgação de maior volume de informações e de melhor qualidade, facilitando o acompanhamento de sua performance” (disponível em <http://www.bovespa.com.br/home/redirect.asp?end+/Empresas/Níveis/NívelI.asp>). Este segmento (Nível I de Governança Corporativa) foi implantado em dezembro de 2000 pela Bolsa de Valores de São Paulo (BOVESPA), como segmento especial, desenvolvido com o objetivo de proporcionar um ambiente que estimulasse o interesse dos investidores, simultaneamente com a valorização das companhias.

No âmbito da disponibilização de informações aos investidores segundo as atividades e elementos que agregam maior valor à organização e partindo-se do pressuposto que uma maior evidência de informações sobre CI pelas empresas pode vir a conquistar mais investidores, surge à pergunta de pesquisa que direciona este estudo: Qual é o comportamento das companhias brasileiras pertencentes ao Nível I de Governança Corporativa no que se refere à evidência de seus elementos de CI nos RA? Buscando responder à pergunta de pesquisa proposta pelos autores do trabalho, o objetivo geral da investigação pode ser assim formulado: investigar quais empresas brasileiras pertencentes ao Nível I de Governança Corporativa mais divulgam elementos de capital intelectual, qual a forma de divulgação, quais elementos têm sido priorizados por essas empresas, nos Relatórios de Administração, fazendo uma análise comparativa com empresas também de Governança Corporativa, porém, pertencentes ao Novo Mercado.

Esta pesquisa está estruturada em seis seções. Após esta seção de caráter introdutório, a seção 2 apresenta estudos empíricos sobre CI; a seção 3 apresenta a metodologia empregada na coleta e análise dos dados; a seção 4 apresenta os resultados do estudo, obtidos por meio da técnica de análise de conteúdo; a seção 5 apresenta a análise comparativa entre os níveis de Governança; a seção 6 apresenta as conclusões e, por fim, apresentam-se as referências.

2 ESTUDOS EMPÍRICOS SOBRE CAPITAL INTELECTUAL

Na literatura corrente, há alguns estudos empíricos sobre CI e, conforme demonstrado no Quadro 1, vários foram os focos e resultados identificados.

Quadro 1 – Estudos empíricos sobre Capital Intelectual

Autores	Foco da pesquisa	Resultados
Larrán e Giner (2001)	Estudo de empresas cotadas na Bolsa de Madrid.	27% das empresas apresentam informações sobre intangíveis.
Sierra e Rojo (2002)	Investigação dos índices de divulgação em 46 companhias no período de 1997 a 1999.	A divulgação sobre intangíveis foi classificada como baixa e manteve-se constante durante o período analisado.
Gandía (2002)	Divulgação sobre intangíveis na internet em nível internacional por empresas que integram o índice Standard & Poor’s GLOBAL 100.	Existem diferenças na qualidade e quantidade de informações divulgadas na internet. Existe maior divulgação nas empresas européias do que nas norte-americanas.
Rodríguez Domínguez (2003)	Análise da valoração e gestão dos ativos intangíveis em 36 empresas espanholas.	Conclui-se que experiência dos empregados, trabalho em equipe, procedimentos e sistemas, bem como imagens da marca constituem os intangíveis mais relevantes da amostra.

		Proposta de utilização de relatórios adicionais para revelar informações sobre intangíveis.
Saverio Bozzolan e Federica Ricceri (2003)	Estudo dos relatórios anuais para identificar CI em empresas italianas.	O estudo concluiu que a quantidade e o conteúdo dos informativos de CI das empresas devem-se à estrutura do ambiente externo com a qual essas empresas interagem. Comprovou-se que as diferenças entre os informativos anuais devem-se ao rol que corresponde a cada empresa em sua área de negócio, e ao tamanho das mesmas.
Ensslin e Carvalho (2007)	Investigação sobre a evidencição voluntária do CI nos RA das 25 maiores companhias abertas brasileiras (Capital Social), listadas na BOVESPA, divulgadas com data base de 31/12/2004.	Uma incidência alta de divulgação voluntária de CI nos relatórios das empresas brasileiras; uma significativa tendência para evidencição em termos qualitativos (narrativa); maior frequência do capital externo como categoria de CI; e, similaridade nos resultados obtidos tanto no contexto brasileiro quanto no internacional.

Fonte: Adaptado de Bastos e Filho (2007, p. 3).

3 METODOLOGIA

Este estudo é descritivo, visto que investiga as formas de divulgação dos elementos de Capital Intelectual nos Relatórios da Administração (RA). Para Andrade (2002) *apud* Beuren (2003, p. 81) o estudo descritivo preocupa-se em “observar os fatos, registrá-los, classificá-los e interpretá-los”. A pesquisa possui abordagem qualitativa, pois não utiliza instrumentos estatísticos na coleta e análise dos dados (RICHARDSON, 1999). A realização do estudo foi por meio da leitura e interpretação dos dados contidos nos RA. Embora a pesquisa inclua a contagem numérica das empresas e dos elementos, bem como percentuais de elementos evidenciados, a mesma é classificada unicamente como qualitativa.

Os relatórios foram analisados por meio da análise de conteúdo. Segundo Bardin (1979, p. 31) “A análise de conteúdo é um conjunto de técnicas de análise das comunicações”. A pesquisa é também documental, visto que foram utilizados dados secundários. Na visão de Richardson (1999, p. 253), a esse tipo de pesquisa “não tem relação direta com o acontecimento registrado, senão através do elemento intermediário”, neste caso, os RAs.

A condução dos estudos pode ser dividida em duas fases. A primeira está relacionada à investigação dos elementos de CI nos RAs nas empresas do Nível I de Governança Corporativa. Para tanto, será adotada a classificação de CI proposta por Sveiby (1997) e a codificação numérica proposta por Guthrie *et al* (1999). Na segunda fase, será realizada uma análise comparativa entre os resultados do presente trabalho e um estudo semelhante realizado por Reina e Ensslin (2008).

A presente pesquisa possui algumas delimitações. Primeiramente, seus resultados não são passíveis de generalizações. Outra delimitação é o critério de definição da amostra, pois foram selecionadas empresas com maior capital social em função de um dado período (exercício de 2006). Por fim, ressalta-se que foram investigadas apenas as empresas classificadas no Nível I de Governança Corporativa. Cabe salientar que a adoção da classificação proposta por Sveiby (1997) e da codificação numérica de Guthrie *et al* (1999) forneceu uma base de classificação e codificação dos dados para posterior análise comparativa com o estudo de Reina e Ensslin (2008).

3.1 Universo e Amostra

Em 02 de Janeiro de 2008, existiam 44 empresas classificadas no Nível I de Governança Corporativa. Desse universo, foi extraída uma amostra, sendo o capital social o critério adotado para a extração. Foram selecionadas as 30 empresas com maior capital social. A adoção desse critério foi baseada na percepção de que as empresas com maior capital social tendem a divulgar mais informações em seus relatórios, já que possuem maior participação de capital de acionistas e visam atender uma quantidade maior de usuários. O mesmo critério foi

utilizado por Reina e Ensslin (2008), que também conduziram um estudo com uma amostra de 30 empresas com maior capital social. Assim, a análise comparativa entre os dois estudos, que é um dos objetivos deste trabalho, tornou-se mais fácil.

Cabe ressaltar que as empresas do Nível II não foram selecionadas devido ao número limitado de empresas nessa categoria (menos que 30), o que dificultaria a comparação com as empresas do Novo Mercado, investigadas por Reina e Ensslin (2008).

A Tabela 1 representa as empresas da amostra. Os valores atribuídos às respectivas empresas estão dispostos em milhares de reais. Para facilitar a identificação das entidades, adotou-se uma numeração para cada uma, começando do nº 1, identificado como a empresa VALE DO RIO DOCE, chegando até o nº 30, para a empresa RANDON PARTICIPAÇÕES.

Tabela 1 - Empresas da amostra

Nº	Nome	Capital Social (R\$)	Nome	Capital Social (R\$)	Nº
1	VALE DO R. DOCE	4.919.314.116	BANRISUL	408.974.477	16
2	ITAUSA S.A.	3.528.909.481	BRASIL T. PAR	363.969.213	17
3	UNIBANCO	2.807.755.808	CONFAB	353.235.587	18
4	ITAU	2.443.992.440	BRADSPAR	349.689.400	19
5	BRADESCO	2.020.920.180	USIMINAS	337.928.730	20
6	UNIBANCO HLD	1.643.587.687	CESP	327.502.673	21
7	ELETOBRAS	1.129.498.502	SUZANO PAPEL	314.482.319	22
8	ARACRUZ	1.032.554.120	BICBANCO	278.184.769	23
9	KLABIN S/A	917.683.296	PANAMERICANO	251.348.200	24
10	UNIPAR	759.543.949	P.AÇUCAR-CBD	227.919.386	25
11	SADIA S/A	683.000.000	DAYCOVAL	222.633.512	26
12	GERDAU	667.593.049	VOTORANTIM C.P.	204.145.507	27
13	BRASIL TELECOM	560.950.289	GERDAU MET	187.129.776	28
14	CEMIG	486.461.456	VIGOR	165.447.089	29
15	BRASKEM	449.432.611	RANDON PART.	162.523.635	30

Fonte: Bolsa de Valores de São Paulo - BOVESPA

3.2 Análise de Conteúdo dos Relatórios da Administração

Visando a análise do conteúdo dos RAs das empresas contidas na amostra, foi adotado um sistema de códigos numéricos, proposto por Guthrie *et al* (1999), que adota uma escala de 0 a 3, para apontar a existência, ou não, da evidenciação do elemento, e como este estava sendo divulgado: 0 = elemento não apareceu no relatório anual; 1 = elemento apareceu no relatório anual em forma narrativa; 2 = elemento recebeu um valor numérico no relatório anual; e, 3 = elemento recebeu um valor monetário no relatório anual. Observe-se que a mesma sistemática foi utilizada em estudos semelhantes (Reina e Ensslin, 2008; Ensslin e Carvalho, 2007; Abeysekera, 2007).

Para identificação dos elementos de CI, foram selecionados aqueles propostos por Sveiby (1997), descritos na Tabela 2. Os 24 elementos dessa tabela estão dispostos em 3 categorias maiores: Capital Interno, Capital Externo e Competências dos Funcionários.

Tabela 2 - Matriz desenhada para análise de conteúdo dos relatórios da administração

	Empresas da Amostra						Total	%
	1	2	3	4	...	30		
Capital Intelectual								
1 Capital Interno								
1.1 Propriedade intelectual								
1.1.1 Patentes	0	0	0	0		0	0	0%

1.1.2	Direitos Autorais	0	0	0	0	0	0	0%
1.1.3	Marcas registradas	0	0	0	0	0	0	0%
1.2	Recursos de infra-estrutura							
1.2.1	Filosofia gerencial	0	1	1	0	1	8	27%
1.2.2	Cultura corporativa	0	0	1	0	0	6	20%
1.2.3	Processos gerenciais	0	0	1	0	1	9	30%
1.2.4	Sistemas de informações	0	0	0	1	0	7	23%
1.2.5	Sistemas de relacionamentos	0	0	0	0	0	1	3%
1.2.6	Relações Financeiras	0	0	0	0	0	0	0%
2	Capital Externo							
2.1	Marcas	0	0	0	0	0	3	10%
2.2	Clientes	0	0	1	0	0	8	27%
2.3	Fidelidade de clientes	0	0	0	0	0	1	3%
2.4	Nome da companhia	0	0	0	0	0	4	13%
2.5	Canal de distribuição	0	1	0	1	1	10	33%
2.6	Colaboração dos negócios	0	0	1	0	0	5	17%
2.7	Acordo licenciado	0	0	0	0	0	0	0%
2.8	Contrato favorável	1	1	0	1	0	6	20%
2.9	Acordo de franchising	0	1	0	1	0	2	7%
3	Competência dos funcionários							
3.1	<i>Know-how</i>	0	0	0	0	0	8	27%
3.2	Educação	0	1	0	0	0	10	33%
3.3	Qualidade vocacional	0	0	0	1	0	6	20%
3.4	Conhecimento relacionado ao trabalho	0	0	1	0	0	8	27%
3.5	Competências relacionadas ao trabalho	0	0	1	0	0	13	43%
3.6	Espírito empreendedor	0	0	0	0	0	7	23%
Total		1	5	7	5	3	4,07	14%

Fonte: Adaptado de Sveiby (1997 *apud* ENSSLIN E CARVALHO, 2007, p.485).

A coleta de dados para esta pesquisa foi realizada por meio da leitura dos RAs, sendo os dados levantados registrados em uma matriz adotada para esse fim (Tabela 2). O registro da matriz foi feito da seguinte maneira: quando os elementos não eram identificados nos relatórios, registrou-se na célula o código “0”; no caso de identificação de presença do elemento, registrou-se o código “1” ou “2” ou “3”. Para exemplificar esse procedimento, ilustra-se o caso da empresa 3. Como pode ser observado na coluna 3 (referente a esta empresa), o código 1 foi sinalizado 7 vezes, o que significa que 7 elementos de CI foram identificados nos relatórios. Após o processo de identificação dos elementos e conseqüente atribuição de códigos, foi feito um somatório, no eixo vertical, dos elementos presentes na divulgação dos relatórios da empresa (no caso da empresa 3, 7 elementos se fizeram presentes). Simultaneamente, foi feito um somatório no eixo horizontal, para investigação do número total de cada elemento identificado. O elemento *Colaboração dos negócios*, por exemplo, ocorreu em 5 empresas (17% do total) da amostra. Na seqüência, os pesquisadores calcularam a freqüência, em percentuais, com que cada elemento foi divulgado; buscando identificar a categoria (Capital Interno, Capital Externo e Capital Humano) mais representativa de Capital Intelectual nos Relatórios da Administração das empresas.

4 RESULTADOS DO NÍVEL I DE GOVERNANÇA CORPORATIVA

A evidenciação do CI nos RAs das empresas brasileiras é examinada sob três perspectivas. Inicialmente, verificou-se a existência de divulgação e quais as empresas que mais divulgaram ou quais menos divulgaram. Em seguida, é apresentada a freqüência de divulgação dos elementos de CI e procedeu-se à identificação da categoria mais

representativa. Em seguida, é apresentada a natureza da evidenciação de CI no Brasil, por meio de segmentos extraídos dos relatórios de administração. Finalmente, é apresentada a natureza da evidenciação de CI, por meio de segmentos extraídos do RA.

4.1 Evidenciação Voluntária do Capital Intelectual nos Relatórios da Administração

A amostra pesquisada revelou que quase todas as empresas apresentaram evidenciação voluntária de algum tipo de elemento de CI. Cabe notar que, embora quase todas as empresas adotem evidenciação voluntária, apenas 4 (quatro) empresas não evidenciaram CI, a saber: empresa 6 identificada como UNIBANCO HOLDING, 19 identificada como BRADESPAR, 23 identificada como BICBANCO e a empresa 26, identificada como DAYCOVAL. Do total de 30 empresas da amostra, apenas 13,33% das empresas deixaram de evidenciar elementos de CI, o que demonstra que a maioria das companhias (86,67%) percebe a importância de informar para os usuários da informação o tratamento dispensado a esses elementos, mesmo que a divulgação dos mesmos não seja obrigatória.

A quantidade de elementos divulgados variou bastante. A empresa BRADESCO, evidenciou 14 elementos (58,33% do total de 24 elementos analisados), sendo a empresa que mais evidenciou elementos de CI. Em seguida, aparece a BRASIL TELECOM, com 9 elementos (37,5%), bem como as empresas ARACRUZ e BRASIL TELECOM PARTICIPAÇÕES, respectivamente, ambas com 8 elementos (33,33%) cada. Já as empresas UNIBANCO e CEMIG, respectivamente, evidenciaram 7 elementos (29,17%), enquanto as empresas VALE DO RIO DOCE, UNIPAR e VIGOR, respectivamente, divulgaram apenas 1 elemento (4%), sendo essas últimas as que menos evidenciaram elementos de CI.

4.2 Frequência da Evidenciação e Categoria mais Representativa

A Tabela 3 exibe as frequências encontradas na análise do conteúdo dos relatórios de administração das 30 (trinta) empresas da amostra.

Tabela 3 - Frequência de divulgação de cada elemento e seu percentual de ocorrência

Legenda	Capital Intelectual	Total (30 empresas)	% do total
	Capital Interno		
	Propriedade intelectual		
1	Patentes	0	0%
2	Direitos Autorais	0	0%
3	Marcas registradas	0	0%
	Recursos de infra-estrutura		
4	Filosofia gerencial	8	27%
5	Cultura corporativa	6	20%
6	Processos gerenciais	9	30%
7	Sistemas de informações	7	23%
8	Sistemas de relacionamentos	1	3%
9	Relações Financeiras	0	0%
	Capital Externo		
10	Marcas	3	10%
11	Clientes	8	27%
12	Fidelidade de clientes	1	3%
13	Nome da companhia	4	13%
14	Canal de distribuição	10	33%
15	Colaboração dos negócios	5	17%
16	Acordo licenciado	0	0%
17	Contrato favorável	6	20%
18	Acordo de franchising	2	7%
	Competência dos funcionários		

19	<i>Know-how</i>	8	27%
20	Educação	10	33%
21	Qualidade vocacional	6	20%
22	Conhecimento relacionado ao trabalho	8	27%
23	Competências relacionadas ao trabalho	13	43%
24	Espírito empreendedor	7	23%

Fonte: Adaptado de Guthrie e Petty (2000a *apud* ENSSLIN e CARVALHO, 2007, p. 488).

Dentre os itens mais divulgados pelas empresas da amostra está o elemento *Competências Relacionadas ao Trabalho*, divulgado por 13 empresas, isto é, 43% das empresas manifestam interesse no aperfeiçoamento de processos internos, relacionados à execução das atividades, visando melhorar o desempenho de seu quadro colaborativo, bem como melhorar resultados através de processos internos. Já o elemento *Canal de Distribuição* é evidenciado por 10 empresas (33%), o que sugere uma preocupação das empresas em demonstrar seus investimentos em tecnologia e formas mais rápidas, precisas e seguras de relacionamento com seus clientes. Ainda no que diz respeito a esse elemento, vale ressaltar a preocupação das empresas em demonstrar seu interesse na questão logística com relação ao oferecimento de seus produtos, formas de distribuição etc.

O elemento *Educação* também é preocupação de pelo menos 10 (33%) empresas, sendo que as mesmas podem estar buscando evidenciar esse elemento para mostrar à sociedade o quanto tem investido em educação, sua parcela de contribuição para a mesma, por meio de retorno às pessoas que trabalham nessas organizações. Outra inferência a ser considerada diz respeito à tentativa das empresas em atrair e reter novos talentos, em função de estarem demonstrando que valorizam seus colaboradores e que estão preocupadas com o crescimento deles no ambiente de trabalho, por meio de programas de bolsas de estudos e outras formas de incentivo ao aumento do conhecimento e cultura de seus colaboradores. Outro elemento bastante evidenciado foi *Processos Gerenciais*, sendo que 9 (30%) empresas o divulgaram. Destaca-se a preocupação das organizações em dar transparência à forma de condução dos processos internos e gerenciais, talvez com o objetivo de distribuir responsabilidades visando melhorar o fluxo de informações dentro da empresa, buscando uma maior participação dos colaboradores nas decisões da mesma, bem como de facilitar processos de auditoria.

Outros elementos tiveram um baixo índice de evidenciação: *Sistemas de Relacionamentos* e *Fidelidade de Clientes*, sendo preocupação de apenas 3% das empresas. Uma inferência sobre o baixo índice de divulgação desses últimos poderia ser o interesse das empresas em proteger sua carteira de clientes bem como suas parcerias e relacionamentos. Ainda de acordo com a Tabela 3, destaca-se que os elementos *Patentes*, *Direitos Autorais*, *Marcas Registradas*, *Relações Financeiras* e *Acordo Licenciado* não foram identificados em nenhuma das entidades. Os autores alertam para o subjetivismo e julgamento de valores existentes, quando da tentativa de interpretação do porquê da ocorrência ou não da evidenciação dos elementos de CI.

No que diz respeito às três categorias utilizadas para este estudo, observe-se que 43% dos elementos estão relacionados a categoria Competências dos Funcionários, corroborando a concepção daqueles que acreditam que o capital intelectual está em sua grande maioria nos colaboradores. Elementos pertencentes à categoria Capital Externo representam 32% da informação evidenciada, enquanto os da categoria Capital Interno representam 25%. Embora existam essas diferenças percentuais entre as categorias, observa-se que elas não são tão discrepantes entre si, o que sugere que as organizações estão buscando formas de alinhar essas três categorias, ou seja, estão entendendo que uma corrobora o sucesso da outra e que, juntas, podem proporcionar uma vantagem competitiva ainda maior.

4.3 Natureza da Evidenciação do Capital Intelectual

Foi observado pelos autores, no decorrer da pesquisa, que a maioria das organizações da amostra, em relação à evidenciação voluntária sobre CI, valeu-se da produção textual, isto é, da forma narrativa, para evidenciar suas informações. Visando ilustrar essa assertiva, bem como a título de exemplo de evidenciação voluntária de capital intelectual, foram extraídas informações textuais dos relatórios da administração, as quais são apresentadas a seguir.

a) Capital Interno:

° **Filosofia Gerencial.** A empresa Brasil Telecom, como filosofia gerencial divulgou os objetivos para os gerentes com enfoque na superação de metas e solução de problemas, conforme segue:

O Programa de Desenvolvimento Gerencial tem por objetivo dar condições para que os gerentes conduzam suas equipes no sentido de valorizar os princípios de gestão estabelecidos pela Brasil Telecom, o alcance e a superação de metas, a solução de problemas, estimulando-as a criar um clima de trabalho favorável ao desenvolvimento do capital humano na Empresa. É composto por diversas ações, como o programa de desdobramento e fixação de metas coletivas e anuais de negócios, o programa de avaliação individual, o banco de talentos, o planejamento de sucessão, o planejamento diferenciado de treinamento e o treinamento gerencial. (Brasil Telecom S. A, Relatório da Administração de 2006, p. 47).

° **Cultura Corporativa.** Já o Unibanco, por exemplo, na disseminação em relação à cultura corporativa, aposta no slogan “Jeito Unibanco”.

Em 2006, o Unibanco estabeleceu e difundiu entre seus colaboradores sua cultura interna, denominada Jeito Unibanco. Nela estão reunidas as 10 atitudes esperadas de cada colaborador. Para definir o Jeito Unibanco, cerca de 8.500 colaboradores de diferentes áreas, cargos e regiões do país, participaram de pesquisas qualitativas e quantitativas. (Unibanco, Relatório da Administração de 2006, p. 08).

b) Capital Externo:

° **Canal de distribuição.** Existem empresas, como é o caso da Randon Participações, que evidenciam ações realizadas em prol do canal de distribuição de seus produtos, defendendo, inclusive, que a ampliação de seus canais de distribuição é fator importante para incrementar as exportações.

A ampliação dos canais de distribuição foi fundamental para o incremento das exportações. Foram implantadas unidades montadoras de semi-reboques terceirizadas em parceria com empresários locais, para comercializar, distribuir e montar produtos Randon, na Argélia, Marrocos e Quênia. Também foram criadas novas filiais/escritórios comerciais em Dubai, Chile, Alemanha, México e Estados Unidos, além da subsidiária Randon Automotive (Pty) Ltda. em Johannesburg e escritório de desenvolvimento de negócios em Shanghai (China) e na Índia pela controlada Fras-le S.A. (Randon Participações, Relatório da Administração de 2006, p. 09).

° **Clientes.** Investir nos clientes parece ser um bom negócio, principalmente quando se tem o objetivo de proporcionar maior controle nos processos de faturamento, arrecadação e informações integradas para subsidiar a gestão dos clientes, como é o caso da empresa Cemig.

Em abril de 2006, foi iniciado o projeto de implementação do novo Sistema de Gestão de Clientes (Projeto Evolução). Esse projeto tem como objetivo a substituição de alguns dos principais sistemas de informação da Companhia envolvidos no processamento do faturamento, arrecadação, atendimento, contabilização, serviços de campo, gestão de equipamentos de medição, além da emissão e impressão de notas fiscais de energia e relatórios.

Dentre os principais objetivos deste programa estão um maior controle e segurança dos processos de faturamento e arrecadação, com informações integradas e

precisas para subsidiar o controle e a gestão de clientes. (Cemig, Relatório da administração de 2006, p. 39).

c) Capital Humano:

° **Educação.** O elemento educação é evidenciado, também, como sendo uma das preocupações das empresas, que às vezes investem milhões em programas educativos e desenvolvimento de pessoal. Um exemplo é a empresa Usiminas, que destinou R\$ 9,68 milhões à educação, só no ano de 2006.

No Brasil, em 2006, foram investidos cerca de R\$ 9,68 milhões em programas de educação, treinamento e desenvolvimento de pessoal. A remuneração, somada aos encargos e benefícios, totalizou cerca de R\$ 1.287,23 milhões. (Usiminas, Relatório da Administração de 2006, p. 21).

° **Competências relacionadas ao trabalho.** Em relação às competências relacionadas ao trabalho, empresas como a CESP, investem em cursos, palestras e outras capacitações. Nesse sentido, a CESP evidencia que:

No exercício de 2006, ocorreram 4.606 participações de empregados em treinamento nas categorias de cursos, palestras, seminários, congressos e eventos, que totalizaram a carga horária de 8.240 horas. Além dos cursos regulares de capacitação, outras ações de treinamento foram desenvolvidas, como o Programa de Idioma Estrangeiro, Cursos de Especialização e Programa de Concessão de Bolsa de Estudos. (CESP, Relatório da Administração de 2006, p. 16).

Tendo sido apresentada às empresas que mais divulgaram seu CI, a frequência com que os elementos de CI são evidenciados nos relatórios de administração e reproduzidos alguns exemplos de divulgação, cumpre, finalmente, cotejar estes resultados com os resultados investigados nas empresas do Novo Mercado.

5 ANÁLISE COMPARATIVA DO NÍVEL I COM O NOVO MERCADO

O objetivo desta análise comparativa é investigar se existe diferença de divulgação entre os níveis as empresas pertencentes ao Nível I de Governança Corporativa (dados do presente estudo) e as empresas do Novo Mercado (dados do estudo realizado por REINA e ENSSLIN, 2008) listadas na Bovespa.

5.1 Evidenciação Voluntária do Capital Intelectual nos Relatórios da Administração

Tabela 4 - Comparação entre Empresas do Nível I e do Novo Mercado.

Legenda	Capital Intelectual	Nível I Total (30 empresas)	Porcentagem do total	Novo Mercado Total (30 empresas)	Porcentagem do total
	Capital Interno				
	Propriedade intelectual				
1	Patentes	0	0%	0	0%
2	Direitos Autorais	0	0%	0	0%
3	Marcas registradas	0	0%	1	3%
	Recursos de infra-estrutura				
4	Filosofia gerencial	8	27%	22	73%
5	Cultura corporativa	6	20%	14	46%
6	Processos gerenciais	9	30%	27	90%
7	Sistemas de informações	7	23%	10	33%
8	Sistemas de relacionamentos	1	3%	4	13%
9	Relações Financeiras	0	0%	0	0%

	Capital Externo				
10	Marcas	3	10%	4	13%
11	Clientes	8	27%	21	70%
12	Fidelidade de clientes	1	3%	5	16%
13	Nome da companhia	4	13%	4	13%
14	Canal de distribuição	10	33%	16	53%
15	Colaboração dos negócios	5	17%	8	26%
16	Acordo licenciado	0	0%	0	0%
17	Contrato favorável	6	20%	5	16%
18	Acordo de franchising	2	7%	0	0%
	Competência dos funcionários				
19	Know-how	8	27%	6	20%
20	Educação	10	33%	17	56%
21	Qualidade vocacional	6	20%	1	3%
22	Conhecimento rel. ao trabalho	8	27%	19	63%
23	Competência rel. ao trabalho	13	43%	2	6%
24	Espírito empreendedor	7	23%	1	3%

Fonte: Adaptado de Guthrie e Petty (2000a *apud* ENSSLIN E CARVALHO, 2007, p. 488).

A comparação entre as empresas dos dois segmentos foi feita inicialmente utilizando os elementos propostos por Sveiby (1997), como já foi explicado na seção 4.2. A Tabela 4 apresenta lado a lado a frequência e porcentagem de evidenciação dos 24 elementos analisados para as empresas do Nível I e do Novo Mercado.

A Tabela 5 demonstra, de forma resumida, os elementos que mais foram evidenciados, bem como os que foram menos evidenciados.

Tabela 5 - Comparativo entre Nível I e Novo Mercado quanto à Frequência da Evidenciação do Capital Intelectual

	Categorias	Nível I	Novo Mercado
Elementos mais evidenciados	Capital Interno	Processos Gerenciais	Processos Gerenciais
	Capital Externo	Canal de Distribuição	Clientes
	Competências dos funcionários	Competências Relacionadas ao Trabalho	Conhecimento Relacionado ao Trabalho
	Categorias	Nível I	Novo Mercado
Elementos menos evidenciados	Capital Interno	Patentes, Direitos Autorais, Marcas Registradas e Relações financeiras	Patentes, Direitos Autorais e Relações financeiras
	Capital Externo	Acordo Licenciado	Acordo Licenciado e Acordo de Franchising
	Competências dos funcionários	Qualidade Vocacional	Qualidade Vocacional e Espírito Empreendedor

Fonte: Dados da pesquisa

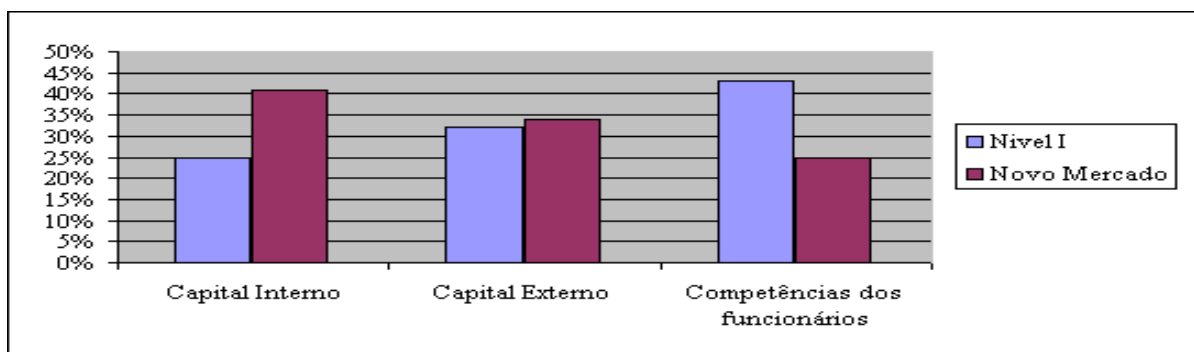
Dentre os elementos mais evidenciados dentro da categoria Capital Interno, observa-se que o elemento *Processos gerenciais* foi evidenciado pelos dois segmentos, mostrando a preocupação dos dois segmentos com o funcionamento dos processos internos. Na categoria Capital Externo, os segmentos se dividem um pouco. As empresas do Nível I estão preocupadas com o elemento *Canal de distribuição*, enquanto que as do Novo Mercado ressaltam mais o elemento *Clientes*. Em relação à categoria Competência dos Funcionários, o foco parece ser o mesmo: *Competências e Conhecimento relacionados ao trabalho*. Porém, a ênfase do Nível I está relacionada à forma de distribuição e linhas de trabalho, enquanto que, no Novo Mercado, a ênfase está na forma de execução.

Dentre os elementos menos evidenciados pelas empresas dos dois segmentos, conforme mostra a Tabela 5, destacam-se da categoria Capital Interno: *Patentes, Direitos autorais e Relações financeiras*, da categoria Capital Externo: *Acordo licenciado* e, da categoria Competência dos funcionários: *Qualidade Vocacional*.

5.2 Frequência da Evidenciação e Categoria mais Representativa

Em relação à frequência da categoria mais representativa, conforme o Gráfico 2, observa-se que a categoria Capital Interno tem mais representatividade no segmento Novo Mercado, sendo 41% o índice de evidenciação, contra 25% referente ao Nível I. O mesmo ocorre em relação à categoria Capital Externo, porém, a discrepância é menor, já que no Nível I observa-se 32% de evidenciação, enquanto que no Novo Mercado esse percentual é de 34%.

Gráfico 2 - Comparação entre Empresas do Nível I e do Novo Mercado por Categorias de CI.



Fonte: Dados da pesquisa.

5.3 Natureza da Evidenciação do Capital Intelectual

A Tabela 6 apresenta alguns exemplos da forma narrativa, que acabou prevalecendo nos relatórios dos dois segmentos de empresas. O elemento *Cultura corporativa*, por exemplo, aparece nos dois segmentos, porém, com focos diferentes. No Nível I, o foco está relacionado à postura dos colaboradores em relação à companhia. No Novo Mercado, o foco está na busca pela liderança junto ao mercado acionário. O elemento *Cientes* também aparece nos dois segmentos. No Nível I, o foco está no sistema de informação para a gestão de clientes e arrecadação. Já no Novo Mercado, o foco está relacionado à preocupação de oferecer novos produtos aos clientes. O elemento *Conhecimentos relacionados ao trabalho* também foi citado nos dois segmentos e, para esse elemento, o foco é o mesmo: curso de capacitação e treinamentos aos colaboradores.

Tabela 6 Comparativo entre Nível I e Novo Mercado quanto à Forma de Evidenciação de CI

Categorias	Elemento CI	Nível I	Novo Mercado
Capital Interno	Cultura Corporativa	Em 2006, o Unibanco estabeleceu e difundiu entre seus colaboradores sua cultura interna, denominada Jeito Unibanco. Nela estão reunidas as 10 atitudes esperadas de cada colaborador. Para definir o Jeito Unibanco, cerca de 8.500 colaboradores de diferentes áreas, cargos e regiões do país, participaram de pesquisas qualitativas e quantitativas. (Unibanco, Relatório da Administração de 2006, p. 08).	A gestão das Energias do Brasil baseia-se em três focos estratégicos: crescimento em geração de energia, eficiência operacional e sustentabilidade do negócio. Com esse direcionamento, busca cumprir sua visão de tornar-se uma das líderes do setor de energia no Brasil, assegurando a criação de valor para os acionistas. (ENERGIAS BR, Relatório da Administração de 2006, p. 11).

Capital Externo	Clientes	Em abril de 2006, foi iniciado o projeto de implementação do novo Sistema de Gestão de Clientes (Projeto Evolução). Esse projeto tem como objetivo a substituição de alguns dos principais sistemas de informação da Companhia envolvidos no processamento do faturamento, arrecadação, atendimento, contabilização, serviços de campo, gestão de equipamentos de medição, além da emissão e impressão de notas fiscais de energia e relatórios. Dentre os principais objetivos deste programa estão um maior controle e segurança dos processos de faturamento e arrecadação, com informações integradas e precisas para subsidiar o controle e a gestão de clientes. (Cemig, Relatório da Administração de 2006, p. 39).	O abate de bovinos e preparo de carnes com cortes especiais e porcionados (bifes, t-bones, carnes em cubos, em tiras, carnes moídas, carpaccio etc.), são destinados a atender as grandes redes de fast-foods (Braslo – Mac Donald's, Habib's, Pizza Hut, entre outras), cozinhas industriais (Sodexo, GR etc.), churrasarias (Porcão, Novilho de Prata, Fogo de Chão, Barbacoa, Jardineira etc.), hotéis, supermercados (Pão de Açúcar, Carrefour, Makro etc.), além de fornecer matéria-prima para produtos de conhecidas marcas como: Wessel, Mortadelas Marba, Ceratti, Sadia, Seara. (MARFRIG, Relatório da Administração de 2006, p. 4).
Competência dos funcionários	Conhecimentos Relacionados ao Trabalho	A empresa desembolsou durante o ano de 2006 R\$ 3,9 milhões com programas de treinamento, desenvolvimento e capacitação de seus funcionários. (Klabin S/A, Relatório da Administração de 2006, p. 08).	Promovemos constantemente treinamentos técnicos e cursos de reciclagem aos nossos empregados. (BR MALLS PAR, Relatório da Administração de 2006, p. 08).

Fonte: Dados da pesquisa

Todavia, no Nível I, a ênfase está no valor gasto pela empresa em cursos de capacitação e treinamento, enquanto no Novo Mercado, a ênfase está nos tipos de treinamento oferecido aos colaboradores.

6 CONCLUSÕES

O objetivo desta pesquisa foi investigar como as empresas brasileiras, classificadas no Nível I de Governança Corporativa, estão divulgando os elementos de CI, nos RA, bem como fazer uma análise comparativa entre as empresas dos segmentos Nível I e Novo mercado.

Verificou-se que várias empresas do Nível I têm divulgado os elementos de CI em seus RA. Nesse sentido, destaca-se que das 30 (trinta) empresas analisadas, somente 4 (quatro) empresas não evidenciam capital intelectual. Portanto, 86,66% das companhias evidenciam algum elemento de CI, demonstrando que essas empresas podem estar preocupadas em divulgar suas ações relacionadas à CI. Foi constatado que a empresa BRADESCO liderou a evidenciação, com 58,33%, num total de 14 (quatorze) elementos, seguida da companhia BRASIL TELECOM, com 37,5%, perfazendo um total de 9 (nove) elementos. Em contrapartida, também foram identificadas empresas que não evidenciaram elemento algum: UNIBANCO HOLDING, BRADESPAR, BICBANCO e DAYCOVAL.

Ao analisar os itens mais representativos, constatou-se que o elemento *Competências relacionadas ao trabalho* desponta entre os mais evidenciados, com 43%, sendo, portanto, o elemento mais representativo. Na seqüência, aparecem os elementos *Canal de distribuição e Educação*, ambos com 33%. Traçando-se um paralelo entre esses três elementos, pode-se inferir que as empresas estão preocupadas com fatores como capacitação, forma de distribuição, gestão dos produtos gerados e o conhecimento que seus colaboradores possuem. Alguns elementos não foram evidenciados, como por exemplo, *Patentes, Direitos autorais, Relações financeiras*, entre outros. A forma de divulgação que prevaleceu foi a narrativa.

No que tange às categorias de elementos Capital Interno, Capital Externo e Competência dos Funcionários, verificou-se que foi evidenciado com maior frequência a categoria Competência dos Funcionários, com 43% de frequência, seguido de Capital Externo, com 32%, e Capital Interno, com 25%. Por meio desta pesquisa, pode-se observar que a maior evidência da categoria Competência dos Funcionários mostra a preocupação das empresas com o conhecimento, habilidades e talentos.

Em relação à análise comparativa com as empresas do Novo Mercado, constatou-se que dentre os elementos mais evidenciados, observa-se que o elemento *Processos gerenciais* foi divulgado pelos dois segmentos, dentro da categoria Capital Interno; na categoria Capital Externo, os segmentos se dividem um pouco, o Nível I está preocupado com a distribuição de seus produtos, enquanto que o Novo Mercado demonstra atenção aos clientes; na categoria Competência dos Funcionários o foco parece ser o mesmo, *Competência e Conhecimento relacionados ao trabalho*. Quanto à frequência da categoria mais representativa, pode ser observado que no segmento Nível I a categoria Competência dos Funcionários teve a maior representatividade, com 43%; já no Novo Mercado, a categoria Capital Interno tem mais representatividade (41%). Quanto à forma de evidência, pode-se afirmar que a narrativa acabou prevalecendo nos dois segmentos de empresa.

Como recomendação para futura pesquisa, os autores acreditam ser frutífero acompanhar a evolução da evidência do CI, por meio da investigação dos RA de 2007 das empresas selecionadas na presente pesquisa.

REFERÊNCIAS

ABEYSEKERA, I. Intellectual capital reporting between a developing and developed nation', **Journal of Intellectual Capital**, Vol. 8, No. 2. pp.329–345, 2007.

ANDRADE, Maria Margarida de. **Como preparar trabalhos para cursos de pós-graduação: noções práticas**. 5ª ed. São Paulo: Atlas, 2002.

ANTUNES, M. T. P., MARTINS, E. Gerenciando o **Capital Intelectual: uma proposta baseada na controladoria de grandes empresas brasileiras**. Revista de Administração Eletrônica da UFRGS (READ), Porto Alegre, edição nº 55, Vol. 13, Jan/Abri. 2007.

BARDIN, L. **Análise de conteúdo**. Lisboa: 70º ed. 1979.

BASTOS, R. V. G.; FILHO, M. L. O. **Informação Externa Sobre Capital Intelectual: Um Estudo Empírico No Setor Bancário Espanhol**. In I ANPCONT. 1., 2007, Gramado. Anais... FURB, 2007. CD-ROM.

BEUREN, Ilse. **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: Teoria e Prática**. São Paulo: Atlas, 2003.

BOLSA DE VALORES DE SÃO PAULO (BOVESPA). <http://www.bovespa.com.br/home/redirect.asp?end=/Empresas/Niveis/Nível I.asp>. Acesso em 02/01/2008 para listagem das empresas e para definição de Nível I de Governança, acesso em 22/01/2008.

BRASIL. **Lei nº 11.638, de 28 de dezembro de 2007**. Altera e revoga dispositivos da Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976, e da Lei nº 6.385, de 7 de dezembro de 1976, e estende às sociedades de grande porte disposições relativas à elaboração e divulgação de demonstrações financeiras. In: CONGRESSO NACIONAL. **Legislação Republicana Brasileira**. Brasília, 2007. Disponível em: <<http://www.camara.gov.br/legislação>>. Acesso em: 22 jan. 2008.

CUNHA, J. H. C. **A contabilidade e o real valor das empresas: foco no capital intelectual**. In: Congresso USP de Controladoria e Contabilidade. 6., 2006, São Paulo. *Anais...* São Paulo: FEA/USP, 2006. CD-ROM.

ENSSLIN, S. R. CARVALHO, F. N.; *Voluntary disclosure of intellectual capital in the Brazilian context: an investigation informed by the international context*. International Journal Accounting, Auditing and Performance Evaluation, Vol. 4, pg. 478-500, 2007.

FUNDAÇÃO INSTITUTO DE PESQUISAS CONTÁBEIS, ATUARIAIS E FINANCEIRAS (FIPECAFI). Manual de contabilidade das sociedades por ações: aplicável às demais sociedades. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

GUTHRIE, J.; PETTY, R.; FERRIER, F.; WELLS, R. *There is no accounting for intellectual capital in Australia: review of annual reporting practices and internal measurement of intangibles within Australian organization*. International Symposium of Measuring and Reporting Intellectual Capital. Amsterdam, 1999.

IUDÍCIBUS, S. **Teoria da contabilidade**. 7ª ed. Atlas, São Paulo: 2004.

IUDICIBUS, S.; LOPES, A. B. **Teoria Avançada da Contabilidade**. Atlas, São Paulo: 2004.

LOPES, A. B.; MARTINS, E. **Teoria da Contabilidade – uma nova abordagem**. Atlas, São Paulo: 2005.

MOUTISEN, J., BUKH, P. N., MARR, B. *A Reporting Perspective Intellectual Capital. Cap 5. in MARR, B., Perspectives on Intellectual Capital: multidisciplinary insights into management, measurement and reporting*. Elsevir, 2005.

PIACENTINI, N. **Evidenciação contábil voluntária: uma análise da prática adotada por companhias abertas brasileiras**. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis). 2004. 132 f. Universidade do vale do Rio dos Sinos (Unisinos). São Leopoldo, 2004.

REINA, D.; ENSSLIN, S. R. **Evidenciação Voluntária do Capital Intelectual nos Relatórios da Administração em Empresas do Novo Mercado no ano de 2006**. In: CONTECSI - Congresso Internacional de Gestão de Tecnologia e Sistemas de Informação. 5., 2008, São Paulo. *Anais...* São Paulo: FEA/USP, 2008. CD-ROM.

REZENDE, Yara. **Informações para negócios: os novos agentes do conhecimento e a gestão do capital intelectual**. Caderno de Pesquisas em Administração, São Paulo, V. 8, nº. 1, Jan/Mar. 2001.

RICHARDSON, R. J. **Pesquisa Social – Métodos e Técnicas**. 3ª ed. Atlas, São Paulo: 1999.

ROCHA, S.; ARRUDA, C. **Aplicação de ferramenta de medição de capital intelectual em uma empresa industrial**. In: ENANPAD, 29., 2005, Brasília. *Anais...* Rio de Janeiro: ANPAD, 2005. CD-ROM.

STEWART, Thomas. A. **Capital Intelectual: A nova vantagem competitiva das empresas**. 3ª ed. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

SVEIBY, K. E. *The new organizational wealth – management and measuring knowledge-based assets*. São Francisco: Berrtt Koehler Publishers Inc, 1997.