



EVIDENCIAÇÃO DO CAPITAL INTELECTUAL NOS RELATÓRIOS DE SUSTENTABILIDADE DAS EMPRESAS DO SETOR DE MODA

Leonardo Fabris Lugoboni*

UNIB e FECAP

Mestre e doutor em administração. Professor do programa de mestrado profissional em Administração do UNIB e professor na FECAP.

Adriana Pereira Do Nascimento

FECAP

Especialista em controladoria pela FECAP

Claudia Alves Apolinário

FECAP

Especialista em controladoria pela FECAP

Paulo José de Azevedo

Inspere

Professor do Inspere

Jesus Gomes

FECAP

Professor do programa de mestrado profissional em Finanças da FECAP

RESUMO

Este estudo tem como objetivo compreender como o capital intelectual é evidenciado nos relatórios de sustentabilidade das empresas do setor de moda. Foi utilizado o método descritivo por meio de pesquisa documental. A análise foi realizada com base em uma lista das 100 maiores empresas do setor de moda classificadas pela revista *Fashion Revolution* – Índice de Transparência da Moda 2017. Das empresas listadas na revista, apenas 16 foram analisadas neste estudo, já que estas foram as únicas a publicar em seus sites os Relatórios de Sustentabilidade referentes a 2017. Em todas as empresas analisadas foi possível observar como o capital intelectual foi evidenciado nos relatórios de sustentabilidade. Na categoria Capital Humano, os itens evidenciados por todas as empresas foram “Cultura e Filosofia Organizacional”, “Políticas Motivacionais” e “Treinamentos”. Enquanto na categoria Capital Estrutural os itens “Ativos de Infraestrutura”, “Imagem/Reputação da Empresa”, “Inovação” e “Marcas e Patentes” foram evidenciados em todos os relatórios analisados. Já em Capital Relacional apenas o item “Parcerias/Stakeholders” foi evidenciado por todas as empresas. Esta pesquisa contribui com a teoria ao apresentar os itens de capital intelectual mais e menos evidenciados dentro dos relatórios de sustentabilidade possibilitando assim visualizar dentro da indústria da moda os itens de capital intelectual que no planejamento e controle sustentável são os mais e menos presentes.

Palavras-chave: Capital Intelectual; Sustentabilidade; Relatório de Sustentabilidade.

*Autor para correspondência / Author for correspondence / Autor para la correspondencia:

Leonardo Fabris Lugoboni - leonardo.lugoboni@gmail.com

Data do recebimento do artigo (received): 08/07/2019

Data do aceite de publicação (accepted): 09/09/2020

Desk Review

Double BlindReview

EVIDENTIATION OF INTELLECTUAL CAPITAL IN THE SUSTAINABILITY REPORTS OF THE FASHION INDUSTRY COMPANIES

ABSTRACT

This study aims to understand how intellectual capital is evidenced in the sustainability reports of companies in the fashion sector. The descriptive method was used through documentary research. The analysis was based on a list of the 100 largest companies in the fashion sector classified by the magazine Fashion Revolution - Transparency Index of Fashion 2017. Among the listed companies in this magazine, only 16 were analyzed in this study, since these were the only ones to publish on their websites the Sustainability Reports for 2017. In all the companies analyzed, it was possible to observe how the intellectual capital was evidenced in the sustainability reports. In the Human Capital category, the items evidenced by all companies were "Culture and Organizational Philosophy", "Motivational Policies" and "Training". While in the Structural Capital category, the items "Infrastructure Assets", "Company Image / Reputation", "Innovation" and "Trademarks and Patents" were highlighted in all reports analyzed. In Relational Capital, only the item "Partnerships / Stakeholders" was evidenced by all companies. This research contributes to the theory by presenting the items of intellectual capital more and less evidenced within the sustainability reports, thus making it possible to visualize within the fashion industry the items of intellectual capital that are more and less present in sustainable planning and control.

Keywords: Intellectual Capital; Sustainability; Sustainability Report.

1 INTRODUÇÃO

Para crescerem e serem sustentáveis, as organizações devem ser capazes de gerir fatores intangíveis, incluindo a aprendizagem organizacional, processos internos e estrutura externa (Stefano, Casarotto Filho, Freitas, & Martinez, 2014). Essa teoria é evidenciada por Stewart (1998), ao inteirar que o capital intelectual pode ser dividido em capital humano, estrutural e do cliente.

Segundo Edvinsson e Malone (1998), a qualidade do fruto de uma árvore depende de suas raízes, assim como a solidez do capital financeiro de uma empresa constituem de seus valores ocultos. Desta maneira, observa-se a relevância do capital intelectual como diferencial e potencializador da resultados (Cassol, Cintra & Luz, 2017).

Em paralelo a isto, na tentativa de alcançar melhorias, algumas empresas vêm lançando propostas com recomendações, diretrizes e orientações com perspectivas voltadas ao incentivo das práticas socioambientais no meio organizacional (Vasconcelos, Manzie & Pimentel, 2016).

Para tais, algumas ações vinculadas à responsabilidade social são divulgadas por meio de relatórios que, por sua vez, apresentam informações quantitativas sobre as ações das organizações e, também, informações qualitativas sobre os projetos sociais das organizações, descrevendo suas práticas e projetos (Igarashi, Igarashi, Lima, Dalbello, & Hercos Junior, 2010).

Neste contexto, as organizações passam a aliar o conhecimento estratégico às novas tendências de mercado voltadas a geração de ganhos, bem-estar da sociedade e sustentabilidade, disponibilizando aos gestores informações para realização de medidas socioambientais em benefício de suas empresas (Oro, Balbinot, Thomé & Lavarda, 2014). A divulgação dos relatórios de sustentabilidade procura incentivar as boas práticas de transparência e gestão das empresas. Esses relatórios buscam ainda identificar, mensurar e divulgar o desempenho socioambiental das organizações (Ricardo, Barcellos & Bortolon, 2017).

Considerando que o capital intelectual agrega valor à organização e aceitando sua existência como ativo intrínseco, é de se esperar a preocupação das empresas em evidenciar seus intangíveis em algum tipo de relatório complementar (Carvalho & Enllin, 2006). Um exemplo disso pode ser o tratamento desse assunto em relatórios de sustentabilidade.

Um setor da economia possivelmente relevante para esse estudo é o setor de moda e vestuário. De acordo com dados da Fiesp (2018), as vendas no varejo de vestuário brasileiro em 2017 foram da ordem de R\$ 220 bilhões. Ainda, segundo Innocent e Lazzeretti (2019) é possível encontrar evidências de impactos relevantes do crescimento do setor da moda na economia como um todo.

Desta maneira, o objetivo desta pesquisa é compreender como o capital intelectual é evidenciado nos relatórios de sustentabilidade das empresas do setor de moda.

Os próximos capítulos apresentam uma discussão sobre capital intelectual e suas subdivisões (humano, estrutural e relacional), sustentabilidade e sua representação em relatórios, estudos anteriores sobre assuntos correlatos, procedimentos metodológicos para a pesquisa, análise e discussão dos dados e possíveis resultados.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Capital Intelectual

Para Stewart (1998) e Gogan, Artene, Sarca e Draghici (2016) capital intelectual é a somatória do conhecimento de todos em uma organização, o que lhe proporciona vantagem competitiva. O capital intelectual é intangível e é composto pelo conhecimento, informação, propriedade intelectual e experiência, podendo gerar riqueza, ao contrário dos ativos da empresa como propriedade, fábrica, equipamento e dinheiro. Uadiale e Uwuigbe (2011) defendem que medir o capital intelectual é um passo importante para investigar o desempenho da organização, mas é necessário incluir todos os recursos físicos e intelectuais da empresa.

As organizações buscam possibilidades de começar a registrar e gerenciar seus ativos intangíveis. O objetivo é desenvolver a sua capacidade de se diferenciar competitivamente em relação aos concorrentes e impulsionar a gestão de seu capital intelectual (Cassol et al., 2017).

Edvinsson e Malone (1998) definem o capital intelectual a partir de uma metáfora, para eles, a empresa é como uma árvore com tronco, galhos e folhas, simbolizando os demonstrativos, documentos e explicações, tudo que é visível, porém, a maior parte dessa

árvore está debaixo da terra, em suas raízes, local em que se pode reconhecer o quão saudável e produtiva essa empresa é.

O capital intelectual é considerado um diferencial nas organizações. Ele representa um elemento fundamental na tomada de decisões para melhorar a lucratividade. O conhecimento representa poder no mundo atual, a empresa não deve detê-lo e nem o limitar a uma nata de liderança (Marques & Gomes, 2011).

Edvinsson e Malone (1998), Stewart (1998) e Jamei (2017) descrevem o capital intelectual como sendo composto por três modelos: o capital humano, capital estrutural e o capital do cliente. Esses modelos são abordados a seguir.

2.1.1 Capital Humano

O capital humano é a base do capital intelectual, pois tudo em um ambiente empresarial depende de ideias, conhecimentos e habilidades de uma pessoa. O capital humano não pertence a empresa (Uwuigbe & Uadiale, 2011). Todos os ativos de uma empresa são produzidos por intermédio das pessoas, portanto, é fundamental que se invista em treinamentos, reciclagens e políticas motivacionais como forma de valorizar e estimular o trabalho e o aperfeiçoamento para a aquisição de novas habilidades (Lugoboni, Andrade, Zittei, & Pereira, 2017).

Segundo Edvinsson e Malone (1998), está incluído no capital humano toda capacidade, conhecimento, habilidade e experiência individual de cada funcionário, mas não apenas uma soma dessas medidas, e sim uma forma de captar esses recursos de maneira inteligente num ambiente competitivo e de mudança. O autor ainda inclui a criatividade e a inovação no capital humano.

Stewart (1998) também cita a inovação como característica de capital humano que gera riqueza, para ele o dinheiro pode gerar fortuna, mas não pensa. As máquinas podem fazer o trabalho até melhor do que as pessoas, mas elas não inventam. O conhecimento também pode ser transferido pelo movimento do capital humano inserido na mobilidade do trabalho, portanto, estudos que associem estes temas não são tão fáceis de se encontrar na literatura de inovação na economia urbana. Sendo assim, pouco se sabe sobre a importância da inovação da mobilidade do capital humano (Zerenler, Hasiloglu, & Sezgin 2008).

Já Hejazi, Yadegari e Hajrahimi (2018) sugerem que é o capital humano que possibilita, efetivamente, o compartilhamento das informações e as mudanças de controle de informações, incentivando as pessoas a trabalharem juntas, criando, assim, vantagens competitivas e oportunidades de aprendizado.

Em suma, a nova riqueza das organizações integra na relação entre colaboradores e empresa. Os seres humanos passam a ser tratados como o principal ativo tendo em vista seus pensamentos, habilidades e motivações (Marques & Gomes, 2011).

De acordo com Marques e Gomes (2011), o capital humano é o que produz o capital estrutural de uma organização, de forma que se torna necessário dispor de estruturas como sistemas de informação, processos e técnicas para que o capital humano tenha condições de realizar suas atividades.

2.1.2 Capital Estrutural

O capital estrutural é a capacidade que a empresa tem, em termos de sistemas físicos, de informação, imagem da empresa, banco de dados, conceitos e documentação da organização. Isso também inclui a propriedade intelectual, como patentes, marcas registradas e direitos autorais. O capital estrutural é composto por três tipos de capital: organizacional, de inovação e de processos (Edvinsson & Malone, 1998).

Conforme Zerenler et al. (2008), a definição de capital estrutural é a união dos estoques de capacidade e comprometimento organizacionais, sistemas de gestão do conhecimento e recompensa, sistemas de tecnologia da informação, bancos de dados, instituição gerencial, processos operacionais, filosofia gerencial, cultura organizacional, imagens, patentes, direitos autorais e marcas registradas que pertencem a empresa, portanto não podem ser levadas pelos funcionários.

Na visão de Dalbem, Bastian-Pinto e Andrade (2014) e Stewart (1998) também pertencem ao capital estrutural à estratégia e a cultura, estruturas e sistemas, procedimentos e rotinas da empresa.

Além do capital humano e estrutural há também o capital relacional que será abordado no próximo capítulo.

2.1.3 Capital Relacional ou do Cliente

O capital intelectual passou a se transformar em renda, dando origem ao capital de clientes, definido como o relacionamento desenvolvido entre os principais clientes e fornecedores de uma empresa, possibilitando a criação de parcerias estratégicas. A marca da empresa, assim como seus relacionamentos e parcerias com fornecedores e clientes, são indicadores do capital de clientes que está direcionado a imagem da organização, podendo potencializar as vantagens oferecidas pelo capital intelectual e gerar bons resultados no mercado (Marques & Gomes, 2011).

De acordo com Zerenler et al. (2008), o capital do cliente é o estoque de conexões, interações, relacionamentos, vínculos, proximidade, boa vontade e lealdade entre as organizações, clientes e fornecedores, parceiros estratégicos ou outros parceiros externos. Quando a empresa melhora seu capital de cliente, o mesmo acontece com o seu capital intelectual e desempenho em inovação.

Para Stewart (1998) o capital de cliente é o mais valioso, pois são os clientes que pagam as contas. Apesar de sua importância, este é o ativo intangível da empresa mais mal administrado de todos os capitais. Para o autor, as empresas devem investir em seus clientes da mesma forma que investem em pessoas e estruturas.

2.1.4 Composição dos Capitais

O quadro a seguir ilustra, por meio da apreciação da revisão da literatura as pesquisas que trataram da composição dos capitais. Para cada um dos capitais apresentados nos capítulos anteriores, foi identificado na literatura como os autores operacionalizavam o capital. O resultado é apresentado no quadro 1:

Quadro 1.

Consolidação dos Trabalhos que abordam o Capital Intelectual.

CLASSIFICAÇÃO	AUTORES
---------------	---------

		Reina, Ensslin e Vicente (2009)	Marques e Gomes (2011)	Rezende, Avila e Maia (2012)	Carlos Filho, Lagjoia, Monteiro, Silva Filho, Araújo & Araújo.	Oro et al. (2014)	Stefano, et al. (2014)	Bertolla, Eckert, Dorion, & Nodari, (2015)	Vaz, Lezana & Maldonado (2017)	Gogan, et al. (2016)	Cassol et al (2017)	Resultado	
Evolução do Conhecimento Humano		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	
Capital Humano	1	Competências Transversais	x	x			x	x	x	x	x	8	
	2	Conhecimento Tácito	x	x	x		x	x	x	x	x	9	
	3	Criatividade / Inovação		x	x	x		x	x	x	x	8	
	4	Cultura e Filosofia Organizacional	x	x	x	x	x	x	x	x	x	10	
	5	Experiência Individual	x	x	x	x		x		x		7	
	6	Know - how	x	x	x	x			x	x		7	
	7	Políticas Motivacionais		x			x	x			x	x	5
	8	Treinamentos / Reciclagens		x		x	x	x		x	x	x	7
Valuation													
Capital Estrutural	1	Ativos de Infra Estrutura	x	x	x			x	x	x	x	8	
	2	Base de Dados			x	x		x	x	x		x	6
	3	Imagem / Reputação da Empresa		x	x	x	x	x	x			x	7
	4	Inovação			x	x				x		x	4
	5	Marcas e Patentes	x	x	x	x	x	x	x	x		x	9
	6	Propriedade Intelectual	x			x		x		x		x	5
	7	Rotina Organizacional						x		x	x	x	4
	8	Sistemas da Informação	x	x	x	x	x	x	x	x	x	x	10
	9	Transmissão das Informações		x				x				x	3
Relacionamentos													

Capital Relacional	1	Parcerias/Stakeholders		x	x	x	x	x	x	x	x	8	
	2	Canais de Atendimento		x				x				2	
	3	Clientes - Fidelidade e Satisfação	x	x	x	x		x	x	x	x	9	
	4	Franquias		x					x			2	
	5	Relações de Mercado						x	x		x	3	
Totais			10	17	13	13	9	19	13	17	10	20	141

Fonte: Elaborado pelos autores.

2.2 Sustentabilidade

A sustentabilidade provoca debates e reflexões entre as mais diversas esferas sociais. Degradações ambientais e preocupações socioambientais surgiram principalmente a partir da segunda metade do século XX, tornando o tema sustentabilidade, cada vez mais popular (Dias & Marques, 2017 e Severo, Guimarães, Brito & Dellarmelin (2017).

Para Mikhailova (2004), o termo sustentabilidade muitas vezes foi utilizado para justificar qualquer atividade, desde que ela reservasse recursos para as gerações futuras. Entretanto, a sustentabilidade constitui a capacidade de manter funcionando, diversos sistemas sociais através de ações objetivas voltadas à solução de crises e à promoção do desenvolvimento sustentável (Oliveira, Estivaleta, Andrade & Costa, 2017).

A amplitude com que o conceito é utilizado faz com que praticamente todas as correntes de pensamento concordem com a ideia de que a sustentabilidade deve orientar as decisões envolvendo o ambiente, além de ser regra básica ação de indivíduos e organizações (Silva, Reis, & Amâncio, 2014).

Nesse contexto, a responsabilidade de avaliação sobre a sustentabilidade é coletiva e cumulativa, destacando as organizações, pela sua capacidade de desenvolver produtos e métodos de produção socioambientais em relação à base de recursos (Gray & Milne, 2002 e Aloise, Rocha, & Olea, 2017).

A disponibilidade de informações ocorre, dentre outras formas, através da evidenciação de relatórios corporativos que englobam informações relevantes, seja pela obrigatoriedade legal ou por ação voluntária. As informações são diversas (Cruz & Lima, 2010). Desta maneira, a fim de atender aos anseios dos usuários das informações, surgem os relatórios de sustentabilidade (Demonier, Demonier, & Pires, 2015).

2.2.1 Relatório de Sustentabilidade

O universo corporativo exige das empresas a divulgação de diferentes tipos de informações, apresentadas de diversas maneiras, usando grande variedade de definições e indicadores (Fortainer, Kolk & Pinkse, 2011).

Neste sentido, Mantovani, Jael, Bezerra, Santos (2017) afirmam que o mundo corporativo necessita evoluir na questão de relatórios empresariais, já que as demonstrações financeiras evidenciam fatos passados, além de conter excesso de informações e não possuírem estimativas futuras. Os usuários externos buscam informações relevantes sem complexidade nas informações. A aplicação de relatórios de sustentabilidade é motivada por fatores sociais e culturais da empresa e tem influência sobre a intensidade da comunicação (Silveira & Petrini, 2018).

Para Hedberg & Von Malmborg, (2003) e Calixto (2013), a ideia dos relatórios é fornecer às empresas informações que proporcionem a melhoria contínua. Hahn e Kuhnen (2013), afirmam que apenas os relatórios que incluem as três dimensões da sustentabilidade podem ser considerados como “relatórios de sustentabilidade”.

Hedberg & Von Malmborg (2003) e Calixto (2013) ainda defendem que os aspectos sociais, ambientais e econômicos devem ser apresentados de forma inter-relacionada. Estes aspectos, conhecidos na literatura como *Triple Bottom Line* (TBL) (Oliveira, Medeiros, Terra, & Quelhas, 2012).

Para Paz e Kipper, (2016), defendem que as empresas deveriam fundamentar suas decisões estratégicas nestes 3 aspectos de maneira que mantenham: a) a sustentabilidade econômica do seu negócio mantendo as organizações lucrativas e geradoras de valor; b) mantenham a sustentabilidade social, estimulando atividades ligadas à educação, cultura, lazer, bem estar e justiça social da comunidade em que se encontra, e c) mantenha a sustentabilidade ambiental, mitigando o impacto que a empresa causa à natureza, reduzindo o consumo de energia, reduzindo os resíduos e o consumo de matéria prima.

Muitas empresas buscam relatar seus planejamentos e resultados sustentáveis em relatórios. De acordo com o Instituto Ethos (2018), o relatório de sustentabilidade é um mecanismo facilitador da identificação de informações em sustentabilidade para as partes interessadas visando suas perspectivas. A partir das informações e dados apresentados nos relatórios, as empresas podem, de fato, contribuir para o desenvolvimento sustentável.

Esse tipo de relatório é um instrumento gerencial estratégico fundamental para as organizações, uma vez que propõe mudanças para a gestão rumo a uma economia global sustentável que harmonize a rentabilidade futura com o comportamento ético, cuidado ambiental e justiça social, sendo a principal corrente comunicadora de desempenho de sustentabilidade e impactos sobre os pontos positivos ou negativos Pereira, Pereira, Monteiro, & Paixão Filho, (2015).

Para Vaz et al (2017) e Brown, Jong e Levy (2009) o modelo de Relatório de Sustentabilidade mais completo é o proposto pela GRI. A aceitação desses padrões vem sendo confirmada pelo desenvolvimento e melhoria contínua da estrutura dos relatórios, além de criar competência para sua utilização (Travassos, Costa, Silva & Araújo, 2014). Singh, Murty, Gupta e Dikshit, (2012) afirmam que o GRI busca estruturar a discussão nas mesmas áreas do TBL (sociais, econômicas e ambientais).

Adams e McNicholas (2007) complementam que, apesar dos benefícios do GRI, algumas empresas relutam em seguir suas diretrizes, sobretudo pelo excesso de indicadores que muitas vezes são irrelevantes ao negócio.

2.3 ESTUDOS CORRELATOS

Durante a pesquisa, foram identificados cinco estudos correlatos a evidenciação do capital intelectual em empresas de setores variados.

O estudo deste primeiro artigo investigou a influência do capital intelectual da indústria de fornecedores automotivos turcos sobre seu desempenho em inovação. Os dados utilizados foram coletados através de uma pesquisa de campo realizada a pedido dos fornecedores automotivos da Zona Industrial de Fabricantes de componentes *TAYSAD* (Associação de Fabricantes), que disponibilizou sua base de dados no período de 2008. O resultado desta pesquisa indica que, quanto maior a taxa de crescimento de uma indústria, mais forte foram as relações positivas entre os três tipos de CI e o desempenho de inovação, sendo o capital de clientes o maior, seguido pelo capital de empregado e por último o capital estrutural (Zerenler et al., 2008).

Já Cassol et al. (2017), tinham como objetivo demonstrar análises dos relatórios de sustentabilidade das cinco maiores empresas do ramo de papel e celulose. Concluíram que as organizações estudadas possuem índices relacionados ao capital intelectual de forma

satisfatória e divulgadas em seus relatórios, havendo ações estratégicas direcionadas ao desenvolvimento dos elementos analisados do capital humano em aprendizagem e aperfeiçoamento, no capital estrutural nos investimentos em sistemas e infraestrutura, inovação e processo e no capital de cliente, com desenvolvimento de relacionamento e a satisfação de clientes.

O estudo de Lugoboni et al. (2017) tinha como objetivo evidenciar o capital intelectual em empresas do setor bancário. Foram analisadas seis empresas do setor, todas mencionadas na lista da B3 e que possuem relatório de sustentabilidade no modelo GRI referente ao período de 2015. Concluiu-se que o capital intelectual observado nos relatórios de sustentabilidade reflete compromisso, transparência e valorização da marca, gerando valor para as organizações.

Neste outro artigo, o objetivo dos autores é analisar a relação do capital intelectual e seus elementos no desempenho dos negócios através de medidas tradicionais, como a produtividade, a rentabilidade e a avaliação de mercado. Foram coletados dados de demonstrações financeiras auditadas de 121 empresas do setor farmacêutico, todas listadas na bolsa de Mumbai no período de 2005 a 2016. O estudo indica que o desempenho do capital intelectual de uma organização pode explicar a lucratividade, mas não a produtividade e avaliação de mercado. De acordo com a pesquisa constatou-se que o capital estrutural e relacional também tem um grande impacto na lucratividade das empresas (Smriti & Das 2017).

Por conseguinte, o estudo de Linda, Rasyid e Megawati (2017), investiga o impacto do capital intelectual e seus elementos sobre o desempenho dos negócios no setor bancário islâmico na Indonésia. Foram coletados dados através de questionários enviados a 120 escritórios, respondidos por diretores de 11 filiais de bancos. A pesquisa concluiu que o capital humano tem uma relação mais positiva e significativa em relação ao desempenho dos negócios, o capital relacional, por sua vez, tem pouco impacto, enquanto o capital estrutural não apresentou nenhuma influência no desempenho dos negócios.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

De forma descritiva, esta pesquisa busca fatos ocorridos através de relatórios divulgados pelas empresas, utilizando informações e evidenciando as variáveis entre elas.

Segundo Gil (2010), as pesquisas descritivas têm como finalidade o aspecto de determinada população, podendo ser elaboradas de acordo com a identificação de possíveis relações entre suas variáveis.

Trata-se de uma pesquisa documental que pode ser realizada com o intuito de certificar-se de algum fato ou acontecimento (GIL, 2010).

Inicialmente foi utilizada uma análise no site das 100 maiores marcas e revendedoras globais do setor de moda classificadas de acordo com o quanto elas compartilham sobre suas políticas, práticas e impactos sociais e ambientais da revista *Fashion Revolution – Índice de Transparência da Moda 2017*, este ranking também foi citado no trabalho científico *Sufficient Desire: The Discourse of Sustainable Luxury*, (Jones & Jones, 2018). Das empresas listadas na revista, foram analisadas somente aquelas que publicaram em seus sites Relatórios de Sustentabilidade referente ao período de 2017, o que restringiu a amostra para 16 empresas, sendo elas:

Quadro 2.

Amostra - Empresas do setor de moda com relatórios de sustentabilidade de 2017.

Quantidade	Empresas	Origem	Fundação
1	Asics	Japão	1949
2	Asos	Reino Unido	2000
3	Burberry	Inglaterra	1856
4	C&A	Holanda	1861
5	Coach	Estados Unidos	1941
6	Esprit	Alemanha	1968
7	FastRetailing	Japão	1963
8	Guess	Estados Unidos	1981
9	HM	Suécia	1947
10	Hugo Boss	Alemanha	1924
11	LVMH (Grupo)	França	1854
12	Next	Inglaterra	1864
13	Nike	Estados Unidos	1972
14	Prada	Itália	1913
15	Puma	Alemanha	1948
16	PVH (Grupo)	Estados Unidos	1881

Fonte: Elaborado pelos autores.

A escolha da amostra se deu a partir de pesquisas, que apontaram que no setor de moda, existe uma forte demanda de trabalho escravo, causando grande preocupação no segmento, deste modo, para desenvolvimento da pesquisa, o problema foi atrelado ao tema Capital Intelectual. Também foi observado que o setor de moda é um dos mais poluentes, gerando curiosidade sobre o que as empresas estão fazendo para mudar este paradigma.

O constructo de pesquisa foi baseado no Quadro 1: Consolidação dos Trabalhos que abordam o Capital Intelectual e foi composto por 22 variáveis divididas em Capital Humano, Capital Estrutural e Capital Relacional.

A pesquisa foi conduzida nas seguintes etapas: a) coleta dos relatórios nos sítios eletrônicos das empresas; b) leitura crítica dos relatórios pelos autores; c) tabulação das informações em planilha eletrônica (excel), e d) análise das divergências das análises entre os autores (uma vez que um dos autores tenha captado uma informação que o outro não captou, os relatórios eram lidos novamente para que se chegue em um consenso)

4 ANÁLISE E DISCUSSÃO DOS DADOS

Os relatórios foram lidos e os aspectos do capital intelectual identificados foram tabulados em planilhas eletrônicas. A análise de dados foi segregada em duas tabelas apresentadas a seguir.

4.1 Análise dos Dados

Em um primeiro momento foi analisado quais itens identificados na literatura (quadro 1) era evidencia pelas empresas da moda. Sendo assim se o item fosse identificado na leitura do relatório era atribuído o número "1". Caso o item não fosse identificado na leitura era atribuído o valor "0". Os dados são apresentados no quadro 3

Quadro 3.
Identificação dos Elementos do Capital Intelectual nos Relatórios de Sustentabilidade.

Classificação	Empresas																
	Asics	Asos	Burberry	C&A	Coach	Esprit	FastRetailing	Guess	H&M	Hugo Boss	LVMH (Grupo)	Next	Nike	Prada	Puma	PVH (Grupo)	Resultado

EVIDENCIAÇÃO DO CAPITAL INTELECTUAL NOS RELATÓRIOS DE SUSTENTABILIDADE DAS EMPRESAS DO SETOR DE MODA

		Evolução do Conhecimento Humano																	
		A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q	
Capital Humano	1	Competências Transversais	0	0	0	0	1	1	1	0	0	1	0	0	1	1	0	0	6
	2	Conhecimento Tácito	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0	1	0	0	4
	3	Criatividade / Inovação	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	0	1	0	1	6
	4	Cultura e Filosofia Organizacional	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16
	5	Experiência Individual	1	0	1	0	0	1	1	1	1	0	0	0	1	1	1	1	10
	6	Know - how	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	1	0	1	1	1	0	7
	7	Políticas Motivacionais	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16
	8	Treinamentos	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16
Valuation		4	3	4	3	5	8	7	5	4	5	5	4	6	8	5	5	81	
Capital Estrutural	1	Ativos de Infra Estrutura	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16
	2	Base de Dados	1	0	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	1	0	0	0	4
	3	Imagem / Reputação da Empresa	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16
	4	Inovação	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16
	5	Marcas e Patentes	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16
	6	Propriedade Intelectual	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	2
	7	Rotina Organizacional	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	0	0	4
	8	Sistemas da Informação	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	15
	9	Transmissão das Informações	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	0	1	0	1	0	10
Relacionamentos		8	6	6	5	5	6	6	6	6	7	7	5	7	7	6	6	99	
Capital	1	Parcerias/Stakeholders	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	16
	2	Canais de Atendimento	0	1	1	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	0	1	0	10

3	Clientes - Fidelidade e Satisfação	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1	12
	4 Franquias	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	3
	5 Relações de Mercado	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	0	5
		3	3	3	3	4	3	1	4	3	3	3	5	1	2	3	2	46
	Totais	15	12	13	11	14	17	14	15	13	15	15	14	14	17	14	13	226

Fonte: Elaborado pelos autores.

Das 16 empresas analisadas, as que mais evidenciaram o capital intelectual foram as empresas Esprit e Prada, ambas evidenciaram 17 dos 22 itens analisados.

Na categoria Capital Humano, é possível observar no quadro 3 que os itens mais evidenciados foram "Cultura e Filosofia Organizacional", "Políticas Motivacionais" e "Treinamentos" que foram mencionados por todas as empresas analisadas. Ainda em capital humano o item menos evidenciado foi o item "conhecimento tácito".

Observa-se na categoria Capital Estrutural que todas as empresas mencionaram os itens "Ativos de Infraestrutura", "Imagem / Reputação da Empresa", "Inovação" e "Marcas e Patentes". O item menos evidenciado pelas empresas foi "propriedade intelectual".

Com relação a categoria Capital Relacional, o item de mais evidenciado nos relatórios foi "Parcerias/Stakeholders" sendo evidenciado por toda as empresas. O item menos evidenciado foi "franquias" sendo evidência por apenas 3 empresas.

Em seguida foi feita a análise da quantidade de vezes que cada item é mencionado nos relatórios. O resultado dessa evidenciação é apresentado no quadro 4:

Quadro 4.
Quantidade de evidenciações de cada item do Capital Intelectual nos Relatórios de Sustentabilidade.

CLASSIFICAÇÃO	EMPRESAS																
	Asics	Asos	Burberry	C&A	Coach	Esprit	FastRetailing	Guess	HM	Hugo Boss	LVMH (Grupo)	Next	Nike	Prada	Puma	PVH (Grupo)	Resultado
Evolução do Conhecimento Humano	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K	L	M	N	O	P	Q

EVIDENCIAÇÃO DO CAPITAL INTELECTUAL NOS RELATÓRIOS DE SUSTENTABILIDADE DAS EMPRESAS DO SETOR DE MODA

Capital Humano	1	Competências Transversais					1	1	1				1			1	4			9
	2	Conhecimento Tácito						1					1	2			2			6
	3	Criatividade / Inovação					1	1	1	1							3		1	8
	4	Cultura e Filosofia Organizacional	6	3	2	7	6	7	4	6	2	5	5	2	4	3	2	4		68
	5	Experiência Individual	3		4			4	4	1	1				1	1	1	7		27
	6	Know - how						1	1			4	4		1	5	1			17
	7	Políticas Motivacionais	14	7	1	9	9	3	9	11	6	17	17	4	10	13	6	4		140
	8	Treinamentos	2	4	1	5	3	4	2	7	9	8	6	3	3	3	10	3		73
	Valuation	25	14	8	21	20	22	22	26	18	35	33	11	20	34	20	19		348	
Capital Estrutural	1	Ativos de Infra Estrutura	4	1	4	4	2	5	2	4	1	3	4	1	4	8	3	3		53
	2	Base de Dados	2						1	1					2					6
	3	Imagem / Reputação da Empresa	3	2	5	6	11	1	2	6	4	11	3	3	2	7	4	13		83
	4	Inovação	13	5	8	15	6	12	5	7	10	6	7	5	16	6	9	12		142
	5	Marcas e Patentes	2	2	1	3	1	1	1	2	2	2	4	1	1	4	4	2		33
	6	Propriedade Intelectual														2		1		3
	7	Rotina Organizacional	1									1	1			1				4
	8	Sistemas da Informação	6	2	2		1	3	3	6	1	11	8	1	9	5	6	3		67
	9	Transmissão das Informações	1	1	1	6		1			4	9	9		1		1			34
	Relacionamentos	32	13	21	34	21	23	14	26	22	43	36	11	35	33	27	34		425	
Capital Relacional	1	Parcerias/Stakeholders	22	9	11	20	22	15	10	25	20	25	16	13	23	5	19	20		275
	2	Canais de Atendimento		1	1	4	1	1		2	1	4		2			1			18
	3	Clientes - Fidelidade e Satisfação	1	2	1	5	1	2		2	5	4	5	2				1		31
	4	Franquias												1		1	2			4
	5	Relações de Mercado	1				1			1			2	1						6
		24	12	13	29	25	18	10	30	26	33	23	19	23	6	22	21		334	
	Totais	81	39	42	84	66	63	46	82	66	111	92	41	78	73	69	74		1107	

Fonte: Elaborado pelos autores.

No geral, visando às três categorias mencionadas, o item mais citado foi o Parcerias/Stakeholders, sendo evidenciado 275 vezes. Também é possível observar que este item foi evidenciado por todas as empresas analisadas. Em contrapartida, considerando ainda as três categorias, o item menos evidenciado foi Propriedade Intelectual, com apenas 3 evidenciações.

Observado cada capital de forma independente, o item Políticas Motivacionais foi o mais evidenciado no capital humano com um total de 140 evidenciações na somatória de todos os relatórios. Ainda em capital humano, o item Conhecimento Tácito foi o menos evidenciado, sendo encontrado apenas 6 vezes.

Na categoria Capital Estrutural, todas as empresas analisadas citaram o item Inovação, totalizando 142 vezes no total. Em compensação, o item menos citado da categoria Capital Estrutural foi Propriedade Intelectual, sendo evidenciado apenas 3 vezes.

O item Parcerias/Stakeholders foi o mais evidenciado no Capital Relacional, somando 275 citações. O item menos evidenciado da categoria Capital Relacional foi Franquias, citado apenas quatro vezes.

4.2 Discussão dos Resultados

De acordo com Stewart (1998) o capital de cliente ou relacional é o mais valioso. Essa teoria é corroborada pelos resultados apresentados nas Tabelas 1 e 2 onde o item Parcerias/Stakeholders (incluindo os clientes) é evidenciado nos relatórios de todas as empresas analisadas assim como é o mais mencionado entre todos os itens.

Lugoboni et al. (2017), também observaram em seu trabalho que o item Parcerias/Stakeholders foi colocado em destaque quando os autores avaliaram a evidenciação do capital intelectual em relatórios organizacionais.

Em sua pesquisa, Cassol et al. (2017) identificaram que o item aperfeiçoamento/aprendizagem teve grande destaque nas ações apresentadas pela amostra analisada. Os dados são corroborados por esta pesquisa pois mesmo não sendo o item mais evidenciado na categoria Capital Humano, o item "treinamentos" se destaca sendo evidenciado 73 vezes nos relatórios das empresas. Provavelmente esses dados estejam ligados ao fato de que a literatura define o Capital Humano como a base do Capital

Intelectual, pois tudo em um ambiente empresarial depende de ideias, conhecimentos e habilidades de uma pessoa (Uadiale & Uwuigbe, 2011).

Outro ponto convergente é a baixa preocupação das empresas analisadas com relação à propriedade intelectual. Tanto nesta pesquisa que evidenciou “propriedade intelectual” como o item menos evidenciado, Lugoboni et al. (2017) identificaram que “direitos autorais” não foi evidenciado por nenhuma empresa.

5 CONCLUSÃO

O objetivo deste estudo é compreender como o capital intelectual é evidenciado nos relatórios de sustentabilidade das empresas do setor de moda.

O evidenciou que na categoria Capital Humano, os itens evidenciados por todas as empresas foram “Políticas Motivacionais”, “Treinamentos” e “Cultura e Filosofia Organizacional”. Já na categoria Capital Estrutural os itens “Inovação”, “Imagem/Reputação da Empresa” e “sistemas da informação” foram os itens mais evidenciados em todos os relatórios analisados. Por fim, em Capital Relacional os itens “Parcerias/Stakeholders” e “Clientes - Fidelidade e Satisfação” foram os itens mais evidenciado pelas empresas.

Esta pesquisa contribui com a teoria ao destacar a importância do Capital Intelectual na construção dos relatórios sustentáveis. Do ponto de vista teórico, apresenta a relação dos itens mais e menos evidenciados pelas organizações quando planejam e apresentam suas estratégias sustentáveis. Apesar de mais estudos serem necessários para tais evidências, aparentemente o relacionamento com stakeholders parece ser um item estratégico na gestão das organizações e esse dado é corroborado por outros estudos (Lugoboni et al., 2017).

Do ponto de vista gerencial, esta pesquisa proporciona aos gestores do setor da moda uma ampla visualização dos pontos positivos e negativos dos relatórios publicados, permitindo assim melhorias no planejamento, execução e divulgação de relatórios futuros.

Diante dos resultados obtidos, faz-se necessário reconhecer as limitações desta pesquisa. Uma delas é o fato de que os resultados se baseiam na leitura e interpretação dos autores. Mesmo tomando-se cuidados para mitigar o problema de compreensão e interpretação conforme já descrito nos procedimentos metodológicos não se pode dizer que esse problema tenha sido eliminado por completo. Também não é possível afirmar que

tais ações são (ou não são) realizadas de forma prática. Esta pesquisa limita-se a análise dos relatórios e a evidenciação (ou não evidenciação) do item no relatório não garante que a ação é (ou não é) realizada.

Faz-se necessário se aprofundar no tema de modo a confirmar as práticas divulgadas nos relatórios realmente são realizadas na prática. Assim como analisar se as ações não evidenciadas apenas não mencionadas no relatório ou se realmente não existem no cotidiano da empresa. Outra pesquisa que poderia ser realizada é o acompanhamento das empresas ao longo dos anos, buscando relacionar a evidenciação do capital intelectual aos resultados financeiros da empresa. Também seria possível avaliar se existe alguma correlação entre o volume de evidenciação do capital intelectual e o nível de desenvolvimento sustentável da empresa.

REFERÊNCIAS

- Adams, C. A., & McNicholas, P. (2007). Making a difference: Sustainability reporting, accountability and organisational change. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 20(3), 382-402.
- Aloise, P. G., Rocha, J. M., & Olea, P. M. (2017). Relações entre Ética Organizacional, Inovações Ambientais e Sustentabilidade. *Revista de Administração FACES Journal*, 16(2), 77-95.
- Bertolla, F. L., Eckert, A., Dorion, E. C. H., & Nodari, C. H. (2015). Capital Intelectual como Recurso na Retenção de Clientes Intellectual . *Revista Pensamento Contemporâneo em Administração*, 9(3), 155-168
- Brown, H. S., de Jong, M., & Levy, D. L. (2009). Building institutions based on information disclosure: lessons from GRI's sustainability reporting. *Journal of cleaner production*, 17(6), 571-580.
- Calixto, L.(2013). A divulgação de relatórios de sustentabilidade na América Latina: um estudo comparativo. *Revista de Administração*, 48(4), 828-842.
- Carlos Filho, F. A., Lagioia, U. C. T., Monteiro, J. A. M., Silva Filho, L. L., Araújo, J. G., & Araújo, J. G. N. (2014). Importância e contribuição do ativo intangível: percepção dos empreendedores de micro e pequenas empresas sobre o capital intelectual. *Revista Organizações em Contexto*, 10(20), 1-27.
- Carvalho, F. N., & Ensslin, S. R. (2006). A evidenciação voluntária do capital intelectual: um estudo revisionista do contexto internacional. *Contabilidade Vista & Revista*, 17(4), 55-72.

- Cassol, A., Cintra, R. F., & da Luz, J. (2017). A Responsabilidade Social Corporativa e as Práticas de Gestão do Capital Intelectual Divulgadas por Empresas do Setor de Papel e Celulose. *Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade*, 6(3), 74-86.
- Cruz, C. V. O. A., & Lima, G. A. S. F. (2010). Reputação corporativa e nível de disclosure das empresas de capital aberto no Brasil. *Revista Universo Contábil*, 6(1), 85-101.
- Dalbem, M. C., de Lamare Bastian-Pinto, C., & de Andrade, A. M. (2014). O valor financeiro do capital humano e o desafio de retê-lo nas empresas. *BBR-Brazilian Business Review*, 11(1), 51-72.
- Demonier, J. L., Demonier, G. B., & Pires, M. A. (2015). Nível de Adesão das Empresas atuantes no Mercado Capixaba ao Modelo de Relatório de Sustentabilidade GRI. *Reunir: Revista de Administração, Contabilidade e Sustentabilidade*, 5(3), 1-18.
- Dias, L. S., & Marques, M. D. (2017). Organizações e Sustentabilidade: Aproximações, Cooperação e Distanciamentos. *GESTÃO.Org - Revista Eletrônica de Gestão Organizacional*, 15(1), 73-85.
- Edvinsson, L., & Malone, M. S. (1998). *Capital intelectual: descobrindo o valor real de sua empresa pela identificação de seus valores internos*. São Paulo. Makron Books. 214 p.
- Fashion Revolution Cic. (2018). Índice de transparência de moda: uma análise de 100 maiores marcas de moda global e varejista. Recuperado de: <https://www.fashionrevolution.org/brazil-blog/como-a-transparencia-pode-ajudar-a-transformar-a-industria-da-moda/>
- Fiesp. (2019). Mercado de moda deve crescer 3,1% ao ano até 2021. Recuperado de:** <https://www.fiesp.com.br/noticias/mercado-de-moda-deve-crescer-31-ao-ano-ate-2021/>
- Fortanier, F. Kolk, A. & Pinkse, J. Harmonization in CSR Reporting: MNEs and Global CSR Standards. *Management International Review*. 51, 665-696.
- Gil, A. C. (2010). Como elaborar projetos de pesquisa. *São Paulo*, Atlas.
- Gray, R., & Milne, M. (2002). Sustainability reporting: who's kidding whom?. *Chartered Accountants Journal of New Zealand*, 81(6), 66-70.
- Gogan, L. M., Artene, A., Sarca, I., & Draghici, A. (2016). The impact of intellectual capital on organizational performance. *Procedia-social and behavioral sciences*, 221, 194-202.
- Hahn, R., & Kühnen, M. (2013). Determinants of sustainability reporting: a review of results, trends, theory, and opportunities in an expanding field of research. *Journal of cleaner production*, 59, 5-21.
- Hejazi, S. M., Yadegari, S., & Hajrahimi, N. (2018). Role of intellectual capital on creation of innovation capabilities in HIS and computer units. *Journal of education and health promotion*, 7, 79.

- Hedberg, C. J., & Von Malmborg, F. (2003). The global reporting initiative and corporate sustainability reporting in Swedish companies. *Corporate social responsibility and environmental management*, 10(3), 153-164.
- Igarashi, D. C. C., Igarashi, W., Lima, E. C., Dalbello, L., & Hercos Junior, J. B. (2010). Análise do alinhamento entre o balanço social e o relatório de sustentabilidade dos três maiores bancos em atividade no Brasil. *Contexto - Revista do Programa de Pós-Graduação em Controladoria e Contabilidade da UFRGS*, 10(18), 34-48.
- Innocenti, N., & Lazzeretti, L. (2019). Do the creative industries support growth and innovation in the wider economy? Industry relatedness and employment growth in Italy. *Industry and Innovation*, 1-22.
- Instituto Ethos, Indicadores Ethos para negócios sustentáveis e responsáveis. Pontos de partida: Recuperado de: <https://www3.ethos.org.br/conteudo/indicadores/#.W4QBtuhKiCg>
- Jamei, R. (2017). Intellectual Capital and Corporate Governance Mechanisms: Evidence from Tehran Stock Exchange. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 7(5), 86-92.
- Jones, K. B., & Jones, J. P. (2018). Sufficient Desire: The Discourse of Sustainable Luxury. *Sustainability in Luxury Fashion Business. Chapter 2*. 9-27. Springer, Singapore.
- Linda, M. R., Rasyid, R., & Megawati, B. (2017). Intellectual capital and firm's performance: An empirical evidence from Islamic Bank in Indonesia. *Research & Reviews: Journal of Social Sciences*, 3(3), 139-148.
- Lugoboni, L. F., Andrade, F. S., Zittei, M. V. M., & Pereira, R. X. (2017). Evidenciação do Capital Intelectual nos Relatórios de Sustentabilidade em Empresas do Setor Bancário. *RAUnP - Revista Eletrônica do Mestrado Profissional em Administração da Universidade Potiguar*, 10(1), 27-40.
- Mantovani, F. R., Jael, A., Lee, A., Bezerra, I., & dos Santos, R. B. (2017). Relato Integrado: Uma análise da evidenciação dos capitais de uma empresa brasileira de grande porte. *Revista Eletrônica do Departamento de Ciências Contábeis & Departamento de Atuária e Métodos Quantitativos (REDECA)*, 4(1), 30-45.
- Marques, R. O., & Gomes, A. V. (2011). Análise de indicadores de capital intelectual: estudo de caso em uma empresa atacadista. *Revista Administração em Diálogo*, 13(3), 69-90.
- Mikhailova, I. (2004). Sustentabilidade: evolução dos conceitos teóricos e os problemas da mensuração prática. *Economia e Desenvolvimento*, (16) 23-41.
- Oliveira, J. M., Estivalet, V. D. F. B., de Andrade, T., & Costa, V. F. (2017). Gestão de pessoas e sustentabilidade: construindo caminhos por meio das práticas de capacitação. *Revista de Administração da Universidade Federal de Santa Maria*, (10) esp. 108-126.
- Oliveira, L. R., Medeiros, R. M., Terra, P. B., & Quelhas, O. L. G. (2012). Sustentabilidade: da evolução dos conceitos à implementação como estratégia nas organizações. *Production*, 22(1), 70-82.

- Oro, I. M., Balbinot, I. J., Thomé, D., & Lavarda, C. E. F. (2014). Relação do Capital Intelectual de natureza social e ambiental com o desempenho econômico-financeiro do segmento de energia elétrica brasileiro. *Revista de Administração da UFSM*, 7(esp), 59-74.
- Paz, F. J., & Kipper, L. M. (2016). Sustentabilidade nas organizações: vantagens e desafios. *Revista GEPROS*, 11(2), 85-102.
- Pereira, N. S. P., Pereira, C. A., Monteiro, R. P., & Paixão Filho, J. M. (2015). Relatórios de sustentabilidade: ferramenta de interface no desempenho social, econômico e ambiental das organizações. *RAGC*, 3(5), 55-70.
- Reina, D., Ensslin, S. R., & Vicente, E. F. R. (2009). Capital Intelectual: Análise Comparativa em Empresas de Governança. *Revista Pretexto*, 10(1), 9-27.
- Rezende, J. F. C., Avila, M., & Maia, R. S. (2012). Geração e gestão do valor por meio de métricas baseadas nas perspectivas do capital intelectual. *Revista de Administração*, 47(1), 51-67.
- Ricardo, V. S., Barcellos, S. S., & Bortolon, P. M. (2017). Relatório de Sustentabilidade ou Relato Integrado das Empresas Listadas na BM&FBovespa: Fatores Determinantes de Divulgação. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 11(1), 90-104.
- Severo, E. A., Guimarães, J. C. F., Brito, L. M. P., & Dellarmelin, M. L. (2017). Environmental Sustainability and Sustainable Consumption: The Perception of Baby Boomers, Generation X and Y in Brazil. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 11(3), 92-110.
- Silveira, L. M. D., & Petrini, M. (2018). Sustainable Development and Corporate Social Responsibility: a bibliometric analysis of International Scientific Production. *Gestão & Produção*, 25(1), 56-67.
- Singh, R. K., Murty, H. R., Gupta, S. K., & Dikshit, A. K. (2012). An overview of sustainability assessment methodologies. *Ecological indicators*, 15(1), 281-299.
- Smriti, N., & Das, N. (2017). Impact of intellectual capital on business performance: evidence from Indian pharmaceutical sector. *Polish Journal of Management Studies*, 15(1) 232-243.
- Silva, S. S., Reis, R. P., & Amâncio, R. (2014). Conceitos atribuídos à sustentabilidade em organizações de diferentes setores. *Revista de Ciências da Administração*, 16(40), 90-103.
- Stefano, N. M., Casarotto Filho, N., Freitas, M. D. C. D., & Martinez, M. A. T. (2014). Gestão de ativos intangíveis: implicações e relações da gestão do conhecimento e capital intelectual. *Perspectivas em Gestão & Conhecimento*, 4(1), 22-37.
- Stewart, T. A. (1998). *Capital intelectual: a nova vantagem competitiva das empresas*. Rio de Janeiro: Campus. 237p.
- Travassos, S. K. M., Costa, J. I. F., Silva, W. E., & Araújo, M. L. (2014). Uso dos indicadores essenciais da GRI nos relatórios das empresas dos setores de petróleo, gás e

biocombustível e de utilidade pública no Brasil. *Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade*, 3(2), 113-129.

Uwuigbe, U., & Uadiale, O. M. (2011). Intellectual capital and business performance: evidence from Nigeria. *Interdisciplinary Journal of Research in Business*, 1, 49-56.

Vasconcelos, M. L. D., Manzi, S. M. S., & Pimentel, M. S. (2016). Uma Análise das Explicações Apresentadas pelas Empresas Listadas na BM&FBovespa por não Divulgarem o Relatório de Sustentabilidade ou Similar. *Reunir: Revista de Administração, Contabilidade e Sustentabilidade*, 6(3), 104-122.

Vaz, C., Lezana, A., Maldonado, M. (2017). Comparação entre os relatórios GRI, IBASE e ETHOS no quesito meio ambiente. *Anais do V Simpósio de Engenharia e Produção – SIMEP*, Joinville, SC. Brasil. Recuperado de <https://www.even3.com.br/anais/5simep/43201-comparacao-entre-os-relatorios-gri-ibase-e-ethos-no-quesito-meio-ambiente/>

Zerenler, M., Hasiloglu, S. B., & Sezgin, M. (2008). Intellectual capital and innovation performance: empirical evidence in the Turkish automotive supplier. *Journal of technology management & innovation*, 3(4), 31-40.