

FACULDADE LABORO  
ESPECIALIZAÇÃO EM GESTÃO E DOCÊNCIA DO ENSINO SUPERIOR

**KELIANE DE JESUS SILVA MARTINS**

**EDUCAÇÃO CORPORATIVA COMO INSTRUMENTO DE VANTAGEM  
COMPETITIVA NAS EMPRESAS: revisão de literatura**

São Luís  
2019

**KELIANE DE JESUS SILVA MARTINS**

**EDUCAÇÃO CORPORATIVA COMO INSTRUMENTO DE VANTAGEM  
COMPETITIVA NAS EMPRESAS: revisão de literatura**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Especialização em Gestão e Docência do Ensino Superior, para obtenção de Título de Especialista em Gestão e Docência do Ensino Superior.

Orientadora: Profª Ma. Ana Nery Rodrigues.

São Luís

2019

Martins, Keliane de Jesus Silva

Educação corporativa como instrumento de vantagem competitiva nas Empresas/ Keliane de Jesus Silva Martins-. São Luís,2018.

Impresso por computador (fotocópia)

14 f.

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Especialização em Gestão e Docência do Ensino Superior da Faculdade LABORO como requisito para obtenção de Título de Especialista em Gestão e Docência do Ensino Superior. -. 2017.

Orientadora: Profa. Ana Nery Rodrigues

1. Educação Corporativa. 2. Capital Intelectual. 3. Pedagogo Empresarial. I. Título.

CDU:658:37

**KELIANE DE JESUS SILVA MARTINS**

**EDUCAÇÃO CORPORATIVA COMO INSTRUMENTO DE VANTAGEM  
COMPETITIVA NAS EMPRESAS: revisão de literatura**

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado ao Curso de Especialização em Gestão e Docência do Ensino Superior, para obtenção de Título de Especialista em Gestão e Docência do Ensino Superior.

Aprovado em: \_\_\_\_/\_\_\_\_/\_\_\_\_

**BANCA EXAMINADORA**

---

**Profª Ma. Leonor Viana de Oliveira Ribeiro** (Orientadora)

Faculdade Laboro – São Luís

---

**1º Examinador**

Faculdade Laboro – São Luís

---

**2º Examinador**

Faculdade Laboro – São Luís

**EDUCAÇÃO CORPORATIVA COMO INSTRUMENTO DE VANTAGEM  
COMPETITIVA NAS EMPRESAS: revisão de literatura**

**CORPORATE EDUCATION AS A COMPETITIVE ADVANTAGE INSTRUMENT IN  
BUSINESS: literature review**

**Keliane de Jesus Silva Martins**

**RESUMO**

Este trabalho tem o objetivo de discutir como a educação corporativa pode tornar-se um instrumento de vantagem competitiva nas Empresas. A metodologia adotada baseia-se em pesquisa bibliográfica apresentando o posicionamento de vários autores acerca do assunto. Os resultados apontam que as empresas crescem financeiramente e estrategicamente e obtêm bons resultados quando investem na qualificação e desenvolvimento dos funcionários.

**Palavras-chave:** Educação corporativa. Capital Intelectual. Qualificação e desenvolvimento dos funcionários.

**ABSTRACT**

This paper aims to discuss how corporate education can become an instrument of competitive advantage in companies. The methodology adopted is based on bibliographical research presenting the position of several authors on the subject. The results show that companies grow financially and strategically and obtain good results when they invest in the qualification and development of employees.

**Keywords:** Corporate education. Intellectual capital. Qualification and development of employees.

**1 INTRODUÇÃO**

A educação corporativa é uma das estratégias usadas pelas organizações para garantir que os resultados esperados sejam alcançados satisfatoriamente e não abrange ou refere-se somente ao treinamento empresarial ou qualificação da mão-de-obra, trata-se de identificar, aperfeiçoar e motivar que as competências individuais sejam articuladas coerentemente com as necessidades e objetivos das organizações.

Este estudo justifica-se pela necessidade de demonstrar os benefícios da implantação de um modelo de Educação nas Empresas como forma de gerenciar o

conhecimento, estratégia eficaz para manter a equipe atualizada e o bom andamento das atividades e conseqüentemente a obtenção de resultados satisfatórios.

O profissional precisa conhecer e ter interesse em contribuir com os objetivos das empresas, o que torna-se um desafio tratado-se das particularidades de cada indivíduo que envolvem aspectos positivos e negativos do convívio social, para que o investimento feito pelas empresas através da valorização do capital humano agregado a disponibilização da informação sejam apropriados para a execução do trabalho.

Karina Marion (2011) complementa que é fundamental a participação e o engajamento dos funcionários por serem parte principal do processo e responsáveis pelas mudanças que a educação corporativa proporciona. Além disso, há notável relevância do para o ambiente de trabalho e fortalecimento da cultura empresarial cujos valores devem estar articulados com os processos de aprendizagem.

Nesse contexto, este artigo tem como objetivo estabelecer uma discussão sobre a importância da educação corporativa como instrumento de vantagem competitiva nas Empresas, incitando o papel da educação e do aprendizado como um instrumento de desenvolvimento de processos e pessoas. O método de pesquisa é do tipo bibliográfica para obtenção e avaliação das informações.

## **2 A EDUCAÇÃO CORPORATIVA**

O surgimento da Educação Corporativa é resultado da crescente concorrência dos mercados globais, impulsionada pela tecnologia que permitiu grandes transformações no mundo e o surgimento de um mercado mais dinâmico e simplificado na oferta de produtos e serviços.

A objetividade do trabalho aliada ao conhecimento passou a ser tratado pelas Empresas como diferencial competitivo, conquistar mercados em meio a ampla concorrência dependia de atitudes céleres e que agregassem valores aos negócios.

De acordo com Pacheco (2005) a educação corporativa tem a finalidade de fomentar o crescimento da organização e desta forma apresenta-se em diferentes estágios de desenvolvimento para atender as estratégias da empresa. Dessa forma, a Educação Corporativa deve ser estratégica, desenvolver a empregabilidade dos

colaboradores, assegurar vantagem competitiva, buscar o aprendizado organizacional, dar sentido às ações de capacitação e desenvolvimento além de propiciar a educação continuada.

Eboli (2004) explica que os treinamentos realizados nas Empresas para a preparação dos profissionais serviram de base para a expansão do conhecimento nas empresas, permitindo maior assertividade dos empregados na prestação dos serviços. Além disso, a disseminação do conhecimento como estratégia organizacional alcançou o meio acadêmico, a educação passou a ser valorizada e compreendida a partir do momento que buscou compreender toda a estrutura organizacional, desde a forma de trabalho até as competências apresentadas por cada indivíduo.

A educação corporativa é uma das alternativas para a formação de profissionais nas empresas. Os conhecimentos adquiridos são utilizados para o fortalecimento dos negócios uma vez que tornam-se um alto investimento. Essa prática garante o armazenamento do conhecimento por muitos anos, gerando uma base de dados, útil para ser aplicado ao longo do tempo com o propósito de criar dentro das empresas um espaço de aprendizagem contínua. A educação não se limita apenas ao ambiente da sala de aula e ganha novas versões e permite novas possibilidades para as empresas adequarem suas necessidades aos seus objetivos (COSTA, 2002).

Pulcineli (2002) destaca que para que exista um bom desempenho, os treinamentos são primordiais para a aprendizagem e especialização do operário, o que gera o aperfeiçoamento do processo técnico-científico. Ao longo do século XX, diversos fatores tecnológicos, culturais e econômicos contribuíram para que o treinamento evoluísse de uma necessidade secundária do desempenho organizacional para assumir posição estratégica nas empresas.

No Brasil, o tema ganha ênfase nas últimas décadas e aparece como uma evolução e aperfeiçoamento das práticas de treinamento utilizadas nas Empresas. Essa evolução é uma resposta a grande competitividade que ameaça a lucratividade das Empresas sendo a que educação passa a ter um papel mais relevante junto à necessidade de adequar os profissionais à nova realidade e qualificá-los na própria empresa, uma forma de garantir que os profissionais se alinhem as estratégias de negócio e objetivos das organizações (EBOLI, 2004; PALMEIRA, 2008).

## **2.1 A Educação Corporativa:** valorização do capital intelectual em prol dos benefícios da Empresa

Meister (1999) considera um desafio para a empresa fazer a gestão das pessoas sem observar um rol de benefícios que a educação corporativa proporciona no ambiente de trabalho, não somente pela aplicabilidade na formação dos empregados e no seu papel fomentador dos negócios. A educação corporativa ganha destaque por conseguir de forma coordenada ligar o conhecimento à gestão de pessoas através de uma estratégia organizacional de longo prazo para a obtenção dos resultados.

Uma empresa que investe em educação corporativa, comprovadamente destaca-se frente aos concorrentes por se preocupar com um fator tão importante como a capacitação de seus colaboradores, acaba recebendo um retorno imenso em questões como motivação, engajamento e produtividade por parte desses colaboradores, resulta em uma série de outros benefícios para a própria empresa.

Para Chiavenato (2004), capital intelectual é formado por todo o conhecimento e experiência que uma pessoa possui para aplicação no ambiente de trabalho. Dessa forma, as pessoas são o maior patrimônio de uma organização considerando-se justamente o conhecimento que as pessoas carregam em suas mentes sobre variados assuntos seja sobre produtos, serviços, clientes, processos, técnicas, etc..

As empresas ao valorizarem e estimularem o desenvolvimento do capital intelectual e a competitividade saudável entre os colaboradores tornam o ambiente interno e externo mais dinâmico, desenvolvendo naturalmente a curiosidade e a preocupação no crescimento profissional do colaborador presente na empresa.

O capital intelectual para as organizações ou empresas é considerado como um conjunto de conhecimentos e informações que agregam valores aos produtos e ou serviços mediante aplicações de inteligência.

Diante deste novo cenário, Eboli (1999) acredita que as empresas buscam maior competitividade, para tanto requisita profissionais cada vez mais capacitados mas também prima pela redução de custos. A partir daí, faz-se necessário novas práticas que alinhem à gestão de pessoas aos processos administrativos com foco no respeito e satisfação das pessoas mais satisfeitas dentro das organizações.



A educação corporativa também desempenha outros importantes papéis estratégicos. Lourenzo (2012) cita que a educação corporativa é uma importante ferramenta de comunicação interna e disseminação de valores corporativos. Ele complementa dizendo que profissionais alinhados com a visão e os valores das empresas, além de terem entrega efetiva, são fundamentais para a perpetuação delas e que, por outro lado, profissionais não alinhados com visão e valores da empresa podem desarticular equipes.

Fresina (1997) acrescenta ainda dois outros papéis importantes desempenhados pela educação corporativa: a gerência da mudança, em que as iniciativas educacionais são desenhadas para facilitar a formulação e implantação da mudança estratégica pretendida, e o direcionamento e molde da organização, em que os líderes organizacionais utilizam a educação corporativa como a força motriz para moldar as direções empresariais futuras.

Lourenzo (2012) menciona que a educação corporativa não é importante apenas para as organizações nos dias atuais, mas também para os próprios profissionais, que hoje em dia são caracterizados por ter uma forte preocupação com as suas carreiras. Para ele, a educação pode funcionar como um dos meios de ascensão profissional, e que por isso é cada vez mais valorizada pelos trabalhadores.

Para Sveiby (1998), Edvinsson e Malone (1997), o capital intelectual passa a ser um bem intangível para as Empresas por proporcionar o desenvolvimento e valorização da organização, ressaltando somente aqueles presentes do patrimônio físico da empresa. Da mesma forma, Stewart (1998) considera o capital intelectual um ativo intangível, acrescentando ser esse um desafio às organizações que não dependeriam apenas da terra e do trabalho como fonte de lucro mas especificamente dos ativos baseados em conhecimento.

Segundo Levy (1999), o conhecimento humano está se tornando o principal fator de produção de riquezas. Para garantir vantagem competitiva é preciso garantir o processo de aprendizagem organizacional, capacitar para garantir o desempenho, esta é uma mudança radical para ampliação e retenção de conhecimentos na organização.

Valorizar e aperfeiçoar o conhecimento dos funcionários é acreditar que o capital intelectual e intangível de qualquer organização torna-se o grande diferencial de mercado e ponto forte no que se refere a superar a concorrência.

As empresas utilizam do capital intelectual dos colaboradores como meios de crescimento no mercado competitivo assegurando o crescimento do profissional presente na organização, tomando o grupo existente um time de absoluto foco na missão e metas propostas pela empresa.

[...] É possível atestar que, afora as condições de sobrevivência e subsistência, o trabalho possibilita ao indivíduo exercer sua potencialidade criativa, desde que as condições ambientais e profissionais sejam facilitadoras, levando a realização. (KANAANE, 1994, p.19).

Pensar ou considerar a estrutura física da Empresa como o principal patrimônio está propenso a cometer um grande erro, pois a maior riqueza, o capital humano, não pertence a empresa posto que seja a soma de habilidades dos colaboradores e caso a empresa não crie um vínculo positivo de trabalho em que ambas as partes tenham vantagens é muito fácil perder grandes mentes.

Entender e aceitar os empregados como o maior patrimônio de uma organização ou empresa por menor que ela seja, é dar um amplo salto diante da concorrência e exigências do mercado. Pessoas entendem pessoas, preocupar-se apenas em proporcionar ampla e moderna estrutura não significa está preocupado com o objetivo dos negócios que é obter lucro e para isso é preciso conquistar pessoas. Tanto o clima organizacional é fortalecido como também as relações entre empresa e cliente o que permite vantagem na fidelização dos clientes e usuários de produtos e serviços.

A tecnologia tem avançado cada vez mais e tornado mais fácil a realização das tarefas diárias dentro das organizações. No entanto, por mais que grande parte da mídia especializada no mundo empresarial destaque o amplo e eficaz aparato tecnológico à disposição das instituições, os especialistas em gestão de recursos humanos ressaltam que o maior e principal capital de qualquer organização ainda é o capital humano.

Os benefícios adquiridos pelas Empresas são variados destacando-se o engajamento da equipe, atualização constante do conhecimento para melhor aplicação dos serviços e o retorno sobre o investimento. Investir em Educação além de garantir um maior o crescimento dos lucros, permite uma interação mais humana no ambiente de trabalho, favorecendo a retenção de talentos e esses por sua vez reverterem as suas habilidades em trabalho de qualidade, gerando lucros.

### **3 A EDUCAÇÃO CORPORATIVA COMO INSTRUMENTO DE VANTAGEM COMPETITIVA**

As pessoas influenciadas pelas mudanças e exigências do mercado de trabalho tem entendido a importância de aprender para estarem capacitadas e conseguirem destaque diante da grande competitividade pelas vagas de emprego. As empresas selecionam pessoas com as características mais apropriadas para fazerem parte do quadro de trabalho, uma maneira de evitar que a passividade intelectual apresenta-se como uma ameaça ao seu ambiente de atuação.

Assim sendo, o processo de aprendizagem começa com a conscientização das pessoas da necessidade de adquirir e renovar o conhecimento como garantia para a celeridade na adaptação ao trabalho.

Segundo Dodgson (1993, p. 377), a aprendizagem organizacional é

[...] uma busca proposital com o objetivo de reter e incrementar a competitividade, a produtividade, e a inovação em circunstâncias de incerteza tecnológica e de mercado [pois], quanto maiores as incertezas, maior a necessidade de aprender.

A vantagem competitiva é um conceito que descreve um atributo que possibilita uma empresa ter melhor desempenho que outra ou outras no mercado (BARNEY, 1991), ou seja, vencer a competição no ambiente de negócios.

O autor ainda complementa que a vantagem competitiva, por sua vez, pode ser sustentável ao longo do tempo, ou ainda rapidamente obtido, e/ou imitado, pelas demais empresas. Vantagens competitivas podem ser obtidos por diversos atributos, como acesso a recursos naturais, recursos humanos altamente capacitados, localização ou barreiras à entrada. (BARNEY, 1991).

Segundo Porter (1989), uma organização possui vantagem competitiva quando é considerada superior nas suas atividades no mercado, permitindo diferenciar-se de suas concorrentes, oferecendo mais um valor agregado a clientes.

Com o mercado altamente competitivo e a busca de melhor performance e resultados, as empresas precisam estar preparadas e devem buscar aplicar cada vez mais os métodos da Andragogia, implicando na aprendizagem continuada de seus colaboradores e, principalmente, de suas lideranças.

#### **4 A IMPORTÂNCIA DA UNIVERSIDADE CORPORATIVA**

As universidades corporativas representam o futuro da Educação corporativa, das ações de educação corporativa, mais elas querem aprimorá-las de forma que elas tragam benefícios em igual proporção para colaboradores e empresas.

Segundo Meister (1999), Universidade Corporativa é um espaço estratégico para desenvolver e educar funcionários, clientes, professores e comunidade, a fim de cumprir as estratégias da organização.

A Universidade Corporativa apresenta-se como uma instituição educacional que tem objetivo de orientar uma organização a atingir seus objetivos, proporcionando condições de fortalecer uma cultura individual e organizacional através da busca do conhecimento.

A grande maioria das empresas têm empreendido ações focadas no desenvolvimento de competências junto a sua força de trabalho, utilizando-se da criação e aperfeiçoamento de cursos formais pela própria organização. Trata-se de uma nova postura compreendida pelo reflexo da promoção da aprendizagem organizacional.

Meister (1999) entende que a proliferação dos cursos formais, ou seja, cursos idealizados e executados para atender os propósitos das empresas e no próprio ambiente de trabalho é resultado da mudança organizacional de valorizar o desenvolvimento permanente de empregados capacitados, erradicando a baixa qualidade do conhecimento dos empregados para as atividades estratégicas, valendo-se de ferramentas como a tecnologia.

O conceito da universidade corporativa surge com força total, uma forte evolução qualitativa da tradicional área de treinamento e desenvolvimento a qual, longe de caracterizar um rótulo, uma embalagem redesenhada, ou muito menos um modismo, virá representar um poderoso instrumento viabilizador de uma base humana que sustente o desenvolvimento estratégico das organizações.

Meister (1999), primeira autora a falar nesse conceito, não considera a universidade corporativa como uma entidade, mas um processo organizacional. Para ela, trata-se de uma estratégia para educar e capacitar funcionários, desenvolver clientes, fornecedores e comunidade, a fim de cumprir as estratégias empresariais.

O principal objetivo é o desenvolvimento e a instalação das competências profissionais, técnicas e gerenciais consideradas essenciais para a viabilização das estratégias da organização. Entretanto, para defini-las, é fundamental que a empresa identifique qual é a sua competência empresarial que será seu diferencial competitivo e responsável pelo seu sucesso.

Outro princípio bastante consagrado pelas Universidades Corporativas baseia-se no fato de que os investimentos em aprendizagem organizacional devem ser controlados através de um sistema de avaliação dos resultados obtidos, assim a empresa terá condições de fazer um levantamento quantitativo e qualitativo das ações de implementação voltadas ao gerenciamento de resultados.

Segundo Eboli (1999), a relevância das Universidades Corporativas justifica-se pelo sucesso obtido pelas empresas nos negócios, decorrente da utilização de sistemas educacionais competitivos que sustentam e favorecem o desenvolvimento de atitudes, posturas e habilidades superando o conhecimento técnico e instrumental dos colaboradores. Dentre os benefícios, fica evidente a existência de um rol de oportunidades de aprendizagem ativa e contínua, que contribuem para a empresa atingir seus objetivos no negócio sem temer a competitividade.

Vergara (2000) enfatiza o papel da Universidade Corporativa para o fortalecimento da crença de que a educação é um processo contínuo através dos programas de treinamento e desenvolvimento. Para tanto, é necessário que a empresa tenha uma cultura forte e coesa assim como o desenvolvimento das pessoas precisa estar alinhado com as estratégias da empresa, somente assim consegue meios que para poder enfrentar as ameaças do ambiente e se manter competitiva.

Vale destacar que a criação de cursos formais pelas empresas, disponibilizados por meio das universidades corporativas, não se restringe apenas às áreas administrativas e de gerência, visando atender apenas o topo da hierarquia dentro da organização e, sim, abrange também áreas tecnológicas como de informática, engenharia, comunicação e outras consideradas vitais para o tipo de negócio da empresa e atendendo toda a demanda de trabalho dos colaboradores.

Apesar da relevância e fortalecimento do uso das Universidades Corporativas como estratégia de fomentar o aprendizado no ambiente organizacional, há de se destacar que esta não pretende, de forma alguma, substituir o ensino formal de uma universidade. A intenção e o foco está na

qualificação do profissional, permitindo-lhe aprender habilidades técnicas e específicas para determinadas funções, em que ele poderá aplicar em sua profissão, seja ela qual for, dentro da indústria, comércio varejista ou em funções administrativas. O importante é preparar o profissional para as exigências específicas do mercado.

## **5 CONSIDERAÇÕES FINAIS**

Através da Educação Corporativa fica comprovada a vantagem competitiva das Empresas frente a concorrência, sendo o investimento em Educação nas empresas indispensável para a continuidade dos negócios.

As vantagens competitivas sustentáveis seriam possíveis através do desenvolvimento de uma cultura de aprendizado e gestão do conhecimento, sendo que a universidade corporativa representa o meio pelo qual se conduz e se reforça esse processo.

Nota-se a valorização dada pelas Empresas ao capital intelectual como estratégia de melhorar e alcançar os resultados, pois pessoas felizes e preparadas desempenham suas atividades com mais segurança agregando valor aos serviços e produtos oferecidos aos clientes. Conclui-se a importância de preparar de forma contínua os profissionais de uma empresa, acompanhando as mudanças no mercado a fim de superar as barreiras da concorrência através da disseminação do conhecimento.

## REFERÊNCIAS

CHIAVENATO, Idalberto. **Gestão de pessoas: e o novo papel dos recursos humanos nas organizações**. Rio de Janeiro: Elsevier, 2004.

COSTA, Ana Cláudia Atayde da. **Educação corporativa: um avanço na gestão integrada do desenvolvimento humano**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2002.

DODGSON, Mark. Organizational learning: a review of some literatures. **Organization Studies**, v. 14, n. 3, p. 375-394, 1993.

EBOLI, Marisa. **Desenvolvimento e alinhamento dos talentos humanos às estratégias empresariais: o surgimento das Universidades Corporativas**. São Paulo: Schmukles Editores, 1999.

EBOLI, Marisa. **Educação Corporativa no Brasil: mitos e verdades**. São Paulo: Editora Gente, 2004. 278 p.

EDVINSSON, L.; MALONE, M. S. **Capital intelectual**. São Paulo: Makron Books, 1997.

FRESINA, A. J. The three prototypes of corporate universities. **Corporate University Review**, Jan/Fev. 1997. Disponível em: [http://www.ekw-hrd.com/pdf/3\\_Prototypes.pdf](http://www.ekw-hrd.com/pdf/3_Prototypes.pdf). Acesso em: 12 abr. 2018.

KANAANE, Roberto. **Comportamento humano nas organizações: o homem rumo ao século XXI**. São Paulo: Atlas, 1994.

LEVY, P. **Cibercultura**. Rio de Janeiro: Ed. 34. 1999.

LOURENZO, A. Tendências e desafios no desenvolvimento de adultos. In: CASARINI, F. G., BAUMGARTNER, M., (Orgs.). **Educação Corporativa – Da Teoria à Prática**. São Paulo, Editora Senac. 2012.

MARION, Karina. **Educação corporativa**. 2011. Disponível em: <http://www.administradores.com.br/artigos/carreira/educacao-corporativa/51529/>. Acesso em: 20 abr. 2018.

MEISTER, J. C. **Educação corporativa: a gestão do capital intelectual através das universidades corporativas**. São Paulo: Makron Books, 1999.

PACHECO, L. **Capacitação e desenvolvimento de pessoas**. Rio de Janeiro: Editora FGV, 2005.

PALMEIRA, Cristina Gomes. **ROI de treinamento, capacitação e formação profissional: retorno do investimento**. Rio de Janeiro: Qualitymark, 2008.

PORTER, Michael. **Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho**

superior. 15. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1989.

PULCINELI, Márcia Mendes. **Do treinamento à educação corporativa: uma trajetória de aprendizagem organizacional no Banco do Brasil S.A.**, Rio de Janeiro, 2002. 117 p. Dissertação (Mestrado em Gestão Empresarial) – Escola Brasileira de Administração Pública e de Empresas, Fundação Getúlio Vargas. Rio de Janeiro, 2002.

VERGARA, S. C. **Gestão de Pessoas**. São Paulo: Atlas, 2000.

SVEIBY, K. E. **A Nova Riqueza das Organizações: Gerenciando e Avaliando Patrimônios do Conhecimento**. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

STEWART, T. A. **Capital intelectual – A nova vantagem competitiva das empresas**. Rio de Janeiro: Campus, 1998.