

Um Estudo sobre a Evidenciação de Capital Intelectual nos Relatórios da Administração das 15 Maiores Distribuidoras de Energia Elétrica do Brasil nos anos de 2006 e 2007

A Study about the Disclosure of Intellectual Capital in the Administration Reports of the 15 Largest Electricity Distributors in Brazil in 2006-2007

Bruno José Sousa

Universidade Federal de Santa Catarina
E-mail: bj.sousa@yahoo.com.br

Donizete Reina

Universidade Federal de Santa Catarina
E-mail: dreina2@hotmail.com

Sandra Rolim Ensslin

Universidade Federal de Santa Catarina
E-mail: sensslin@gmail.com

Suliani Rover

Universidade Federal de Santa Catarina
E-mail: sulianirover@yahoo.com.br

Darci Schnorrenberger

Universidade Federal de Santa Catarina
E-mail: darcisc@gmail.com.br

RESUMO: O Capital Intelectual, nos últimos anos, tornou-se mais relevante para as organizações. É notório que sua evidenciação interfira como nova fonte de conhecimento na criação de valores para as empresas, o que expõe a necessidade de novas estruturas para relatar o desempenho organizacional. Nesse sentido, o estudo apresenta os resultados de uma investigação sobre a evidenciação voluntária do Capital Intelectual nos Relatórios de Administração das 15 maiores companhias (acima de 1 milhão de unidades consumidoras) de Energia Elétrica listadas na Bolsa de Valores de São Paulo (BOVESPA). Os dados da pesquisa são de natureza secundária, sendo que a técnica utilizada foi a análise de conteúdo, com codificação numérica adaptada de Guthrie *et al.* (1999) e classificação das categorias de elementos de Capital Intelectual proposta por Sveiby (1997). Os resultados demonstram que a empresa Cemig lidera a evidenciação nos anos de 2006 e 2007 com, respectivamente, 88% e 83%. Entre os elementos de Capital Intelectual divulgados, predominam: Educação, Processos Gerenciais, Sistemas de Informação, Contrato Favorável, Fidelidade dos Clientes e Cultura Corporativa em 2006, enquanto que, em 2007, os elementos Filosofia Gerencial, Processos Gerenciais, Sistemas de Informações e Clientes foram os destaques. No que concerne às três categorias de Capital Intelectual, prevalece tanto em 2006 como em 2007 a categoria Capital Externo. Por fim, quanto à divulgação dos elementos de Capital Intelectual, ressalta-se a utilização da forma narrativa, com tendência de divulgação sob a ótica de atender usuários externos, corroborando estudos realizados por outros autores, anteriormente.

PALAVRAS-CHAVE: Evidenciação. Capital Intelectual. Relatório de Administração. Distribuidoras de Energia Elétrica.

ABSTRACT: Over the past years, Intellectual Capital has become more relevant in the organizations. It follows that its disclosure works as a new source of knowledge in the creation of values for companies, which highlights

the need for new structures to provide information about organizational performance. Thus, this paper presents the results of an investigation about voluntary disclosure of Intellectual Capital in the Administration Reports of the 15 largest electricity companies (over 1 million consumption units) listed on the São Paulo Stock Market (BOVESPA). The research relies on secondary data and content analysis, utilizing an adaptation of the numerical coding proposed by Guthrie et al. (1999) and the classification of Intellectual Capital categories and elements advanced by Sveiby (1997). The results reveal that Cemig is the company that disclosed the most information about Intellectual Capital in the 2006-2007 period, namely, 88% and 83%. Among the elements of Intellectual Capital that were disclosed in 2006, the most frequent ones were Education, Management Processes, Information Systems, Favorable Contract, Clients' Loyalty, and Corporate Culture. In 2007, the elements most often disclosed were Management Philosophy, Management Processes, Information Systems, and Clients. Regarding the three categories of Intellectual Capital, both in 2006 and 2007, External Capital was most often reported. Finally, the elements of Intellectual Capital were disclosed mostly in the narrative form, with a tendency to reach external users, as already reported in previous studies.

KEYWORDS: *Disclosure. Intellectual Capital. Administration Report. Electricity Distributors.*

Recebido em 06/08/2008, aprovado em 05/02/2009, disponível em 21/02/2009.

Avaliado pelo sistema double blind review

Editor científico: Fátima de Souza Freire

1 Introdução

O patrimônio das empresas é o objeto de estudo da Contabilidade. E o objetivo da Contabilidade é fornecer informações sobre a situação econômico-financeira das empresas aos seus usuários por meio das demonstrações contábeis (IUDÍCIBUS, MARTINS e GELBCKE, 2000; MURCIA e BORBA, 2007; PIACENTINI, 2004).

As informações contidas nas demonstrações contábeis são complementadas pelas Notas Explicativas e pelo Relatório de Administração. São importantes para a avaliação das tendências futuras por parte das empresas, bem como para os investimentos a serem feitos. Nesse sentido, Dalmácio e Paulo (2004) relatam que, e entre os demonstrativos exigidos pela Lei nº 6.404/76, apenas o Relatório da Administração e as Notas Explicativas permitem maior evidência da situação social e política da empresa, sendo que estes são itens importantes para a avaliação de uma empresa.

De acordo com Neiva (1999, p.11), “a avaliação de uma empresa não pode ser feita segundo princípios de uma ciência exata”, e, sendo assim, os tomadores de decisão necessitarão de relatórios que os informem além dos demonstrativos tradicionais. Ressalta-se, porém, que os demonstrativos tradicionais nem sempre comportam todas as informações relevantes que auxiliam nas decisões.

A crescente atenção dispensada às fontes de conhecimento na criação de valor tem exigido novas estruturas para relatar o desempenho organizacional. Entretanto, a maioria dessas fontes não é relatada em balanços tradicionais. Isso tem, por sua vez, criado uma lacuna informacional no mercado, e, cada vez mais investidores estão demandando a divulgação voluntária dessas fontes de conhecimento a fim de preencher essa lacuna (MOUTISEN, BUKH e MARR, 2005 *apud* REINA, ENSSLIN e BORBA, 2008).

As evidências voluntárias são meios utilizados por investidores para analisar estratégias e fatores de sucesso das companhias, bem como analisar o ambiente onde estas se encon-

tram inseridas (PIACENTINI, 2004). Nesse contexto, surge o questionamento: Qual o nível de evidenciação voluntária de Capital Intelectual nos Relatórios de Administração das 15 maiores empresas distribuidoras de energia elétrica do Brasil, listadas na BOVESPA? Para responder a tal questionamento, a pesquisa tem como objetivo principal: Identificar as empresas do setor elétrico, listadas na BOVESPA, que evidenciam de forma voluntária seus elementos de Capital Intelectual; quais empresas mais o evidenciam; qual a frequência de evidenciação, bem como fazer um comparativo entre as companhias da amostra nos anos de 2006 e 2007.

Este estudo justifica-se por apresentar um panorama sobre a evidenciação voluntária das 15 maiores empresas pertencentes ao setor elétrico, identificando as que mais destacam o Capital Intelectual, bem como os elementos mais evidenciados de Capital Intelectual, nos anos de 2006 e 2007.

A pesquisa está estruturada em cinco seções. Após esta, de caráter introdutório, a seção 2 aborda a plataforma teórica; a seção 3 apresenta a metodologia empregada; a seção 4 traz os resultados da pesquisa, nos quais são apresentados os resultados; e, por fim, as referências.

2 Referencial Teórico

Em uma organização, podem ser detectados três tipos de capital: o financeiro, representado, por exemplo, pelos valores monetários e ações; o físico, como, por exemplo, estoques e equipamentos; e, finalmente, o Capital Intelectual, representado, por exemplo, pelo espírito empreendedor, pelos processos administrativos e pela carteira de clientes (LYNN, 1998; BRENNAN, 2001; CHEN GOH, PHENG LIM, 2004 *apud* CARVALHO, ENSSLIN e IGARASHI, 2006).

Assim, cumpre estabelecer a afiliação do presente artigo em termos de: (i) terminologia – será adotada a expressão CI, para se referir ao tema (Capital Intelectual), estando essa terminologia mais ligada à contabilidade gerencial, visto que a presente pesquisa possui um enfoque gerencial e não dá grande ênfase à legislação vigente; (ii) conceito – entende-se, no contexto desta pesquisa, que CI está diretamente relacionado com as atividades de gestão, que a gerência inicia e apoia, em busca da agregação de valor organizacional e promoção de sua continuidade; e (iii) propósito das informações – há os usuários externos como aqueles a quem a pesquisa está destinada.

Com o advento da tecnologia e de todas as mudanças ocorridas no último século, a diferença do valor contábil (histórico) e de mercado das entidades está cada vez maior, conforme observam Antunes e Martins (2002). Acredita-se que os responsáveis por essa diferença sejam os bens incorpóreos ou bens de natureza intangível. Um ativo pode ser Tangível ou Intangível; porém, ele vale pelo que é capaz de gerar no futuro. Assim, as estratégias definidas por uma empresa afetam, de maneira positiva ou negativa, a sua valorização (KAYO e BASSO, 2005).

Investir na formação de funcionários competentes, manter uma relação de excelência e inovação traz prosperidade e agrega valor à empresa, sendo que esses recursos se tornaram fundamentais para as organizações de todos os setores, pois se considera que o processo produtivo está cada vez mais dependente de valores intangíveis gerados pelo conhecimento (NONAKA e TAKEUCHI, 1997; STEWART, 1998; SVEIBY, 1998; ANTUNES, 2006).

Por se tratar de um elemento subjetivo e de mensuração complexa, conforme expõem Hendriksen e Van Breda (1999, p.388), “[o]s intangíveis formam uma das áreas mais complexas da teoria da contabilidade, em parte em virtude das dificuldades de definição, mas principalmente por causa das incertezas a respeito de seus valores e da estimação de suas vidas úteis”.

Com a chegada da Lei nº 11.638, aprovada em 28 de dezembro de 2007, notam-se várias mudanças em relação aos intangíveis, entre as quais a criação do subgrupo intangível dentro

do grupo Ativo Permanente no balanço das empresas. Todavia, a evidenciação voluntária do Capital Intelectual tem exercido importante papel quanto a possibilitar mais informações aos investidores e demais *stakeholders*.

De acordo com Schmidt e Santos (2002, p.14), “o termo intangível vem do latim *tangere* ou tocar. Logo, os bens intangíveis são os que não podem ser tocados, porque não possuem corpo físico”. Para Beuren e Oliveira (2003), esses ativos são, atualmente, um dos principais fatores de vantagem competitiva para as empresas.

Para que se evidencie o valor de uma sociedade e a sua perspectiva de geração de benefícios futuros, é necessário que se leve em conta não somente seu valor patrimonial, mas também seu intangível, o que agrega valor às empresas e mantém vantagem competitiva (SCHNORRENBARGER, 2005).

O estudo de Gallon, Souza, Rover e Ensslin (2008, p.161) constatou como tendência predominante, manifestada nos estudos de CI investigados, a necessidade de “reconhecer, mensurar e contabilizar/evidenciar os ativos intangíveis, com concentração na geração de relatórios sobre esses ativos, com vistas a minimizar os efeitos de seu não-reconhecimento”.

Neste contexto, as informações publicadas nos demonstrativos contábeis são de alta relevância; porém, têm-se mostrado insuficientes para prover o efetivo suporte à tomada de decisão. O Relatório de Administração (RA), na visão de Iudicibus, 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”. Nesse contexto, o RA oferece informações adicionais e complementares às demonstrações financeiras de uma entidade, de tal forma a permitir a realização de projeções das suas tendências futuras. O Relatório de Administração constitui-se como uma fonte útil de informação sobre uma empresa, visto que nele são relatadas informações importantes para os acionistas e para o público em geral, ou seja, trata-se de relatório utilizado para ilustrar a situação da empresa para o público externo, em que o administrador da empresa tem controle da divulgação discricionária dessas informações (CARVALHO, ENSSLIN e IGARASHI, 2006, p. 3). Dessa forma, justifica-se a utilização desse demonstrativo como fonte de informações.

As informações repassadas aos sócios e acionistas estariam mais completas caso, nos relatórios, fossem retratados seu CI, o que poderia reduzir as diferenças entre seus valores contábeis e seus valores de mercado.

Este estudo pretende demonstrar como os elementos de Capital Intelectual fazem parte da realidade de grandes empresas do setor elétrico, por meio da análise dos Relatórios de Administração. Observa-se que Carvalho, Ensslin e Igarashi (2006); Reina, Ensslin e Borba (2008); e Reina, Ensslin e Vicente (2008) realizaram estudos envolvendo evidenciação voluntária. Esta pesquisa busca corroborar os estudos anteriores, porém, sob a ótica das empresas do setor elétrico.

3 Metodologia da Pesquisa

A escolha metodológica desta pesquisa foi informada pelos resultados do trabalho revisionista de Carvalho, Ensslin e Igarashi, (2006), que investigou estudos feitos em diversos países com um foco na evidenciação voluntária do Capital Intelectual, em que foi possível identificar uma tendência de procedimentos. Entre os procedimentos investigados, citam-se: a fonte de dados; a metodologia utilizada pelos pesquisadores para análise da fonte de dados; e, o *framework* de classificação para as categorias e elementos constituintes do Capital Intelectual.

Os resultados apontaram para (i) a predominância do relatório de administração da organização como fonte de dados, (ii) a análise de conteúdo foi à metodologia mais empregada, sendo complementada pelo sistema de códigos numéricos (GUTHRIE *et al.*, 1999) para apontar a existência (ou não) da evidenciação do CI; e, (iii) a predominância do modelo proposto por Sveiby (1997) para a classificação para as categorias e elementos constituintes do CI. Sendo assim, esta tendência dos procedimentos utilizados é que informa a presente pesquisa. A seguir, detalham-se esses procedimentos.

A pesquisa adotou a metodologia de Guthrie *et al.* (1999 *apud* CARVALHO, ENSSLIN e IGARASHI, 2006, p.4), que atribui códigos numéricos aos elementos de Capital Intelectual identificados. Esses códigos são utilizados na matriz de classificação dos elementos (Tabela 2), a fim de facilitar a análise.

Foi realizada uma análise de conteúdo dos Relatórios de Administração, divulgados com data base de 31 de dezembro de 2006 e 31 de dezembro de 2007, das 15 maiores empresas brasileiras de Distribuição de Energia Elétrica, selecionadas pelo critério Unidades Consumidoras atendidas (acima de 1 milhão), coletados na Bolsa de Valores de São Paulo (BOVESPA). Com essa análise, procurou-se identificar os elementos de Capital Intelectual evidenciados.

Segundo a Agência Nacional de Energia Elétrica (ANEEL), as empresas elétricas do País estão divididas pelo número de unidades consumidoras às quais atendem, sendo a divisão em empresas que atendem até a 300 mil unidades consumidoras, de 301 mil a 600 mil unidades, de 601 a 999 mil unidades consumidoras e, por fim, empresas que atendem acima de 1 milhão de unidades consumidoras. As maiores empresas são as que atendem acima de 1 milhão de consumidores (segundo a ANEEL), e a razão pela escolha das maiores empresas é por acreditar que estas são as que mais evidenciam, voluntariamente, elementos de Capital Intelectual, em função da necessidade de atender a uma maior quantidade de usuários de suas informações.

Este estudo é descritivo, pois procura descrever os elementos de CI divulgados nos Relatórios de Administração e fazer uma análise comparativa entre os anos de divulgação. Para Gil (1999, p. 70), “a pesquisa descritiva tem como principal objetivo descrever características de determinada população ou fenômeno ou estabelecimento de relações entre as variáveis”. A pesquisa descritiva tende a proporcionar maior clareza sobre o problema estudado: neste estudo, esclarecendo a forma de evidenciação do CI pelas empresas do setor elétrico.

A classificação adotada para a pesquisa é a definida por Sveiby (1997), na qual o autor classifica o CI em três categorias, a saber: (i) Capital Interno, que se refere à administração interna da empresa, como Filosofia gerencial e Processos, etc.; (ii) Capital Externo, que está mais voltado às ações externas da empresa como Clientes e negócios, entre outros; e (iii) Competência dos funcionários, que está mais ligada ao quadro de colaboradores da companhia, num total de 24 elementos.

O estudo classifica-se como *survey*, uma vez que procura descrever com exatidão algumas características de populações designadas (TRIPOLD *et al.*, 1981), no caso desta pesquisa, as 15 maiores distribuidoras de energia elétrica do Brasil.

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

Quanto à abordagem do problema, a pesquisa caracteriza-se como qualitativa. Pesquisas qualitativas destacam-se pela não-utilização de instrumentos estatísticos no processo de

análise do problema (RICHARDSON, 1999). Nesse sentido, a pesquisa procura verificar a preocupação e o nível de explicitação de CI nos relatórios das empresas pesquisadas, verificar itens divulgados, quais categorias mais ilustradas e as variáveis de um ano para o outro.

3.1 Universo e Amostra

Inicialmente, a amostra seria composta por 16 empresas classificadas como as maiores distribuidoras de energia elétrica do Brasil. Todavia, desse total apenas uma não faria parte da amostra, uma vez que seus dados não se encontram disponíveis no *site* da Bolsa de Valores de São Paulo. Esta empresa é a Companhia Estadual de Energia Elétrica do Rio Grande do Sul (CEEE), que, até a data da pesquisa, ainda não havia divulgado suas informações referentes ao ano de 2007. E para que os resultados não fossem prejudicados no quesito análise comparativa, optou-se pela não-utilização dessa empresa na amostra, ficando esta amostra definida com 15 empresas, conforme a Tabela 1.

A coleta dos dados foi feita entre os dias 18 e 19 de março de 2008, e alguns dados de 2007 só puderam ser coletados em 22 de abril de 2008. Os dados coletados foram extraídos do *site* da BOVESPA.

Tabela 1 - Empresas com mais de 1 milhão de Unidades Consumidoras

Nº	CONCESSIONÁRIA	ABREVIÇÃO	UF
01	AMPLA Energia e Serviços S/A	AMPLA	RJ
02	Bandeirante Energia S/A	EBE	SP
03	Centrais Elétricas de Santa Catarina S/A	CELESC	SC
04	Centrais Elétricas do Pará S/A	CELPA	PA
05	Companhia de Eletricidade do Estado da Bahia	COELBA	BA
06	Companhia Energética de Goiás	CELG	GO
07	Companhia Energética de Minas Gerais	CEMIG	MG
08	Companhia Energética de Pernambuco	CELPE	PE
09	Companhia Energética do Ceará	COELCE	CE
10	Companhia Paranaense de Energia	COPEL	PR
11	Companhia Paulista de Força e Luz	CPFL	SP
12	Companhia Piratininga de Força e Luz	PIRATININGA	SP
13	Elektro Eletricidade e Serviços S/A	ELEKTRO	SP
14	Eletropaulo Metropolitana - Eletricidade de São Paulo S/A	ELETROPAULO	SP
15	Light Serviços de Eletricidade S/A	LIGHT	RJ

Fonte: *Site* Agência Nacional de Energia Elétrica (ANEEL).

3.2 Análise de conteúdo dos Relatórios

A análise de conteúdo dos Relatórios de Administração das empresas pertencentes à amostra foi realizada utilizando-se a metodologia de Guthrie *et al.* (1999 *apud* CARVALHO, ENSSLIN e IGARASHI, 2006, p.4). Essa metodologia baseia-se na adoção de um sistema de codificação numérica quando o elemento de CI é identificado. Os códigos estão descritos abaixo:

- 0 = item não apareceu no relatório anual;
- 1 = item apareceu no relatório anual de forma narrativa;
- 2 = item recebeu um valor numérico no relatório anual;
- 3 = item recebeu um valor monetário no relatório anual.

No estudo empírico de Guthrie *et al.* (1999), assim como no estudo de Carvalho, Ensslin e Igarashi (2006); Rotini (2007); Reina, Ensslin e Borba (2008); e Reina, Ensslin e Vicente (2008), verificou-se que muitos elementos não eram evidenciados (código 0), a maioria dos elementos evidenciados eram na forma narrativa (código 1), praticamente, inexistiam atribuições de valores numéricos (código 2) e monetários (código 3). Neste estudo será observado se esses resultados se repetem.

Para determinar os elementos e suas categorias pesquisadas, é utilizada na pesquisa a classificação de Sveiby (1997 *apud* CARVALHO, ENSSLIN e IGARASHI, 2006, p. 5), tanto em termos das categorias, quanto em termos dos elementos, conforme Tabela 2.

Tabela 2 - Matriz desenhada para análise de conteúdo dos Relatórios de Administração

Classificação dos Elementos	2006				2007			
	1	2	...15	Total	1	2	...15	Total
Capital Intelectual								
1 Capital Interno								
1.1 Propriedade intelectual								
1.1.1 Patentes	0	0	0	1	0	0	0	0
1.1.2 Direitos autorais	0	0	0	1	0	0	0	0
1.1.3 Marcas registradas	0	0	0	1	0	0	0	0
1.2 Recursos de infra-estrutura								
1.2.1 Filosofia gerencial	1	1	1	12	1	1	1	15
1.2.2 Cultura corporativa	1	0	1	12	1	0	1	13
1.2.3 Processos gerenciais	1	1	1	13	1	1	1	15
1.2.4 Sistemas de informações	0	0	1	13	1	1	1	15
1.2.5 Sistemas de relacionamentos	0	1	1	10	1	0	0	9
1.2.6 Relações financeiras	1	0	0	7	1	1	0	7
2 Capital Externo								
2.1 Marcas	1	0	0	10	1	1	0	12
2.2 Clientes	1	1	1	15	1	1	1	15
2.3 Fidelidade de clientes	1	1	1	12	0	1	1	12
2.4 Nome da companhia	0	1	0	9	0	1	1	13
2.5 Canal de distribuição	0	0	0	3	0	1	0	7
2.6 Colaboração dos negócios	0	1	1	9	0	0	0	7
2.7 Acordo licenciado	0	0	1	7	0	0	0	6
2.8 Contrato favorável	1	1	1	12	1	1	0	14
2.9 Acordo de <i>franchising</i>	0	0	0	0	0	0	0	0
3 Competências dos funcionários								
3.1 <i>Know-how</i>	1	1	0	4	1	0	0	3
3.2 Educação	1	1	0	14	1	0	0	13
3.3 Qualidade vocacional	1	1	1	11	1	0	0	10
3.4 Conhecimentos relacionados ao trabalho	1	0	0	7	1	0	0	8
3.5 Competências relacionadas ao trabalho	1	1	1	10	1	1	1	12
3.6 Espírito empreendedor	1	0	0	8	1	0	0	8
Totais	14	12	12	13,4	15	11	8	14,3

Fonte: Adaptado de Sveiby (1997 *apud* Carvalho, Ensslin e Igarashi, 2006, p. 5).

A coleta de dados foi realizada por meio da leitura dos Relatórios de Administração das empresas da amostra. Os dados apurados foram registrados, pela matriz adotada para esse fim

(Tabela 2). Quando o item não era identificado no relatório, atribuía-se o código 0; e quando o item aparecia no relatório de forma narrativa, atribuía-se o código 1. Para exemplificar, veja o caso da empresa 1 identificada como AMPLA Energia e Serviços S/A. Como pode ser observado na coluna 1 da Tabela 2, referente ao exercício de 2006, o código 1 foi sinalizado 14 vezes, o que significa que 14 elementos de Capital Intelectual foram identificados no relatório. Já, em 2007, observando a outra coluna 1, vê-se a identificação de 15 elementos. Na seqüência, é demonstrado o processo de identificação do elemento – Processo Gerencial. O relatório da empresa AMPLA, em sua página 4, apresenta a seguinte declaração: “Nosso compromisso em combater o furto de energia vem sendo reforçado ano a ano, com a combinação de modernos processos de gestão, programas sociais e tecnologias de ponta”. De acordo com os critérios de análise, o item Processo gerencial se fez presente, motivo que levou os pesquisadores a assinalá-lo na matriz.

Após o processo de atribuição dos códigos (0 e 1), foi feito um somatório, no eixo vertical, dos elementos presentes na divulgação dos relatórios das empresas (no caso da AMPLA, 14 elementos se fizeram presentes). Simultaneamente foi feito um somatório no eixo horizontal, para investigar quantas empresas, das 15 pertencentes à amostra, evidenciaram os mesmos elementos de CI. O elemento Processos gerenciais, por exemplo, foi evidenciado por 13 empresas (86,67% do total da amostra) no ano de 2006, e pelas 15 empresas (100% do total da amostra) no ano de 2007. Após esses somatórios, foi possível identificar a freqüência de divulgação em cada uma das categorias (Capital Interno, Capital Externo e Capital Humano).

4 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

O período estudado é o de 2006 e 2007. Dessa forma, a intenção é analisar a evolução no que tange ao nível e à forma de preocupação dessas empresas para com seus elementos de CI, verificando quais os elementos divulgados e percentuais de divulgação do total pesquisado.

Num primeiro momento, os resultados almejados eram que este estudo possibilitasse identificar a evidenciação voluntária de elementos de Capital Intelectual, por meio da análise de conteúdo dos Relatórios de Administração. A evidenciação se deu sob três perspectivas. Inicialmente, verificou-se a existência de divulgação dos elementos de CI e quais as empresas que mais divulgaram ou as que menos divulgaram. Num segundo momento, avaliou-se a perspectiva freqüência de divulgação desses elementos de Capital Intelectual e a identificação da categoria mais representativa. Quanto à categoria, o estudo foi feito sob três enfoques (*Capital externo, Capital interno e Competência dos funcionários*) que é a classificação definida por Sveiby (1997). Na continuidade, apresenta-se a natureza da evidenciação do Capital Intelectual, valendo-se de elementos narrativos e/ou textuais extraídos dos próprios relatórios para melhor exemplificar.

4.1 Evidenciação de Capital Intelectual nos Relatórios de Administração.

Da amostra pesquisada, todas as empresas apresentaram evidenciação de CI tanto no ano de 2006 como em 2007, demonstrando com isso que, basicamente, todas as empresas da amostra se preocupam em evidenciar de forma voluntária seus elementos de CI e, conseqüentemente, se preocupam em tornar público (Relatórios de Administração) seus esforços em relação ao Capital Intelectual. Com objetivo de facilitar a identificação das empresas, foi atribuído números a elas, sendo que estes vão do número 1, identificado com a empresa AMPLA EN-

ERGIA E SERVIÇOS S/A, indo até a empresa LIGHT SERVIÇOS DE ELETRICIDADE S/A, identificada com o número 15.

Algumas empresas apresentaram mais elementos como a CEMIG, identificada como número 7, com evidenciação de 21 elementos (87,5% do total de elementos) em 2006, sendo a empresa que mais evidencia também em 2007, ou seja, com a evidenciação de 20 elementos (83%). No caso da CEMIG, pode-se afirmar que a empresa possui grande preocupação com a evidenciação voluntária de seus elementos de CI, sendo a que mais evidenciou tanto em 2006 como em 2007 e, também, a empresa mantém evidenciação uniforme, 21 elementos em 2006 e 20 elementos em 2007, com apenas 1 elemento de discrepância entre a divulgação de um ano para outro.

A empresa CENTRAIS ELÉTRICAS DO PARÁ S/A, identificada com o número 4, evidenciou de forma voluntária apenas 6 elementos (25% do total de elementos); em relação aos 24 elementos analisados em 2006, foi a que menos evidenciou. Já, em 2007, essa empresa aumentou para 11 elementos (46%) evidenciados de forma voluntária. As companhias que menos evidenciaram, em 2007, foram ELEKTRO ELETRICIDADE E SERVIÇOS S/A e LIGHT SERVIÇOS DE ELETRICIDADE S/A, com evidenciação voluntária de apenas 8 elementos (33,33%), identificadas com os números 13 e 15, na Tabela 1. É interessante notar que, embora em 2006 essas duas empresas não fossem as que menos evidenciaram elementos, elas também apresentaram uma divulgação baixa em relação às demais empresas, sendo 7 elementos (29%) divulgados pela ELEKTRO ELETRICIDADE E SERVIÇOS S/A, e 12 elementos (50%) para a LIGHT SERVIÇOS DE ELETRICIDADE S/A. Essa ocorrência pode demonstrar que, para essas duas empresas, a evidenciação voluntária dos elementos de CI não é muito importante ou é importante apenas a divulgação de alguns elementos. Na empresa ELEKTRO ELETRICIDADE E SERVIÇOS S/A, observa-se que os elementos “Processos gerenciais”, “Sistemas de informação”, “Clientes”, “Fidelidade ao cliente”, “Contrato favorável” e “Qualificação vocacional” aparecem evidenciados em 2006 e 2007. Isso pode estar mostrando que a empresa tem preocupação voltada a gerências de processos internos, modernização e investimentos em distribuição de energia, preocupação em gerenciar seus clientes e medidas de fidelização, bem como parcerias por meio de contratos favoráveis.

Outras empresas também se destacaram pela quantidade de elementos evidenciados, como a COMPANHIA ENERGÉTICA DE GOIÁS, identificada com o número 6 na Tabela 1, evidenciando 18 elementos (75%), em 2006, e 14 elementos (58%), em 2007; e a COMPANHIA PARANAENSE DE ENERGIA, identificada com o número 10, com 15 elementos (62,5%), em 2006, e 19 elementos (79%), em 2007. Comparativamente, observa-se que, na primeira empresa, houve uma redução da evidenciação em 4 elementos (17%), enquanto que na segunda ocorreu o inverso, ou seja, houve um aumento de 16,5%. Importa esclarecer que essas oscilações podem ser consideradas normais já que os Relatórios de Administração, por não serem auditados, podem funcionar como um “jornal de boas notícias da empresa”, isto é, quando a empresa tem interesse, por exemplo, em atrair novos talentos, ela divulga seus investimentos em capacitação de funcionários, seus critérios de avaliação de desempenho, sua forma de estimular empreendedores, as formas de remuneração entre outros. Neste trabalho não se discute se essa postura é boa ou ruim; todavia, alerta-se que, com essa ocorrência, perde-se comparabilidade das informações emanadas desse relatório pelo fato da voluntariedade de sua divulgação.

4.2 Frequência da evidenciação e categoria mais representativa

A Tabela 2 exibe as frequências encontradas na análise do conteúdo dos Relatórios de Administração das empresas da amostra, referentes ao exercício de 2006 e 2007. Os resultados mostram a não-utilização dos códigos 2 e 3, o que demonstra que os dados encontrados foram evidenciados apenas de forma narrativa ou não foram evidenciados, visto que somente foram utilizados os códigos 0 e 1. Diagnóstico semelhante foi encontrado nos trabalhos de Guthrie *et al.* (1999), Carvalho, Ensslin e Igarashi (2006); Rotini (2007); Abeysekera (2007); Reina, Ensslin e Borba (2008); e Reina, Ensslin e Vicente (2008).

Com relação à A empresa número 7, identificada como CEMIG, em 2006, obteve na análise vertical um percentual de 88% de divulgação, que ficou muito acima da média anual do setor (55,83%). No ano de 2006, o item de maior evidenciação foi Clientes com um percentual de 100% de divulgação por parte das empresas pesquisadas. Já, o item de menor divulgação foi Acordo de *franchising* com 0% de evidenciação.

No ano de 2007, novamente a empresa CEMIG destacou-se com percentual de divulgação um pouco menor em relação a 2006 (83%), porém, ainda assim, acima da média do setor, que cresceu e ficou em 59,44%. No ano de 2007, os itens de maior evidenciação foram Filosofia gerencial, Processos gerenciais e Sistemas de informações com 100% de divulgação, enquanto que os itens Patente, Direitos autorais, Marcas registradas e novamente Acordo de *franchising* não foram evidenciados em nenhuma das empresas, ficando com 0% de evidenciação.

Acerca desses resultados, cabem algumas considerações: analisando o setor elétrico, verifica-se que não é muita surpresa a CEMIG ter se destacado entre as empresas da amostra, uma vez que essa empresa, além de possuir uma história dentro do seu segmento, abriu-se para novos mercados e hoje possui negócios inclusive fora do País. É, reconhecidamente, uma empresa de sucesso e de referência no setor elétrico. Com relação ao item mais divulgado, em 2006 - Clientes; e, em 2007, Processos gerenciais, Filosofia gerencial e Sistemas de informações seguidos de Contrato favorável, o que poderia explicar tal fato são as mudanças estruturais que as empresas do segmento sofreram em 2006 e 2007, quando se dividiram em *holding* (administração), geração e distribuição, ocasionando muitas mudanças estruturais, contratos e negócios favoráveis apontados nos relatórios das empresas em 2007. Patentes, Marcas registradas e Direitos autorais foram assinalados uma única vez, em 2006, e são itens nos quais a CEMIG demonstrava possuir interesse em patentear e registrar alguns projetos, bem como em obter direitos autorais por parte desses projetos. No entanto, em 2007, assim como todas as outras nesse mesmo ano, a empresa não mencionou esses itens. O mesmo acontece com Acordo de *franchising*, que não foi mencionado em nenhum momento. Isso demonstra que esses itens não fazem parte da realidade do setor estudado e poderiam ter sido excluídos da pesquisa, o que elevaria o grau de divulgação em termos de CI para o setor elétrico. Dessa forma, ter-se-ia, em 2006, 66%, um aumento de 10%, em vez de 55,83%. E, em 2007, em vez de 59,44%, ter-se-ia um percentual de 71,33%, isto é, também um substancial aumento de mais de 11%, uma mudança significativa e que demonstra de maneira mais real a preocupação das empresas do setor com o CI, uma vez que os itens mencionados podem não fazer parte desse mercado.

No Gráfico 1, pode-se observar o percentual de divulgação das três categorias de Capital Intelectual e a categoria mais representativa.

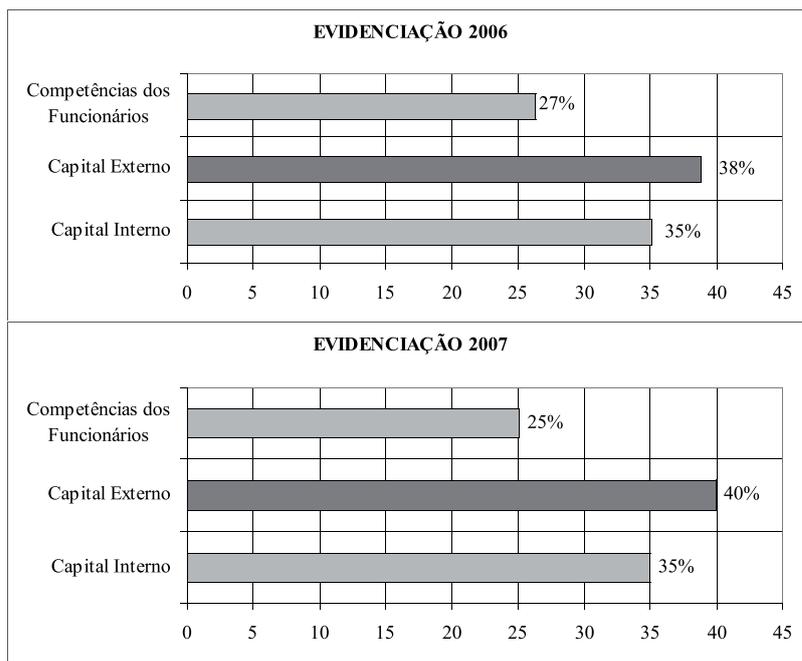


Gráfico 1 - Comparativo da frequência de evidenciação das categorias de CI
Fonte: Dados da pesquisa

De posse dos dados gerados e visualizados no Gráfico 1, é possível verificar que, no setor elétrico, a preocupação das empresas está voltada para os usuários externos. Esse resultado permite uma análise com os resultados encontrados em estudos similares.

No ano de 2007, a categoria mais evidenciada foi o Capital externo, assim como no estudo de Carvalho, Ensslin e Igarashi (2006), sendo que a proximidade se manteve, e a única mudança que pode ser apontada foi a inversão de evidenciação de Competência dos funcionários para Capital externo, ou seja, em 2006, a Competência dos funcionários possuía 35% do total evidenciado, e o Capital externo, 34%. Já, em 2007, esses valores sofreram uma inversão, o que mais uma vez poderia ser explicado pelas mudanças estruturais ocorridas no setor e mencionado anteriormente. Lembrando que, no estudo de Carvalho, Ensslin e Igarashi (2006), foi utilizada uma amostra que envolvia vários setores e que explica a divergência dos percentuais, à exceção da categoria Capital externo que se manteve igual.

Em comparação aos estudos de Reina, Ensslin e Borba (2008), observa-se que, em 2006, conforme Gráfico 1, a categoria Capital externo destaca-se com 38%, seguida da categoria Capital interno com 35%, e Competências dos funcionários com 27%. No estudo de Reina, Ensslin e Borba (2008), o Capital externo manteve-se menor, com 34%; o Capital interno é mais evidenciado, com 41%; e a Competência dos funcionários apresentou evidenciação um pouco abaixo, com 25%.

Ao comparar este estudo com a pesquisa de Reina, Ensslin e Vicente (2008), nota-se que a categoria Capital externo ainda é maior, demonstrando que, nas empresas do setor elétrico, existe uma maior preocupação com evidenciação a usuários externos, enquanto que, nos outros estudos, essa preocupação não foi percebida. Isso pode estar relacionado à mescla de setores, o que pode ter prejudicado a análise comparativa por setor. Quanto à categoria Capital interno, a discrepância é ainda maior, atingindo a casa de 10% de diferença entre um estudo e outro. Já, na categoria Competência dos funcionários, ocorreu o contrário, pois, nesta pesquisa, essa categoria se destacou com 27%, enquanto que, no estudo de Reina, Ensslin e Vicente (2008),

essa categoria atingiu a máxima de 43%. Outra inferência que poderia ser feita é que, no Nível I de Governança Corporativa (amostra do estudo dos autores), a preocupação relacionada com os funcionários é maior em 16% em relação ao setor elétrico (amostra deste estudo).

No estudo de Rotini (2007), a categoria mais evidenciada também foi a de Capital externo, o que pode apontar uma tendência, já que, na presente pesquisa e no estudo de Carvalho, Ensslin e Igarashi (2006), a categoria que acabou prevalecendo foi a de Capital externo. Porém, em seu estudo, Rotini (2007) encontrou como segunda categoria mais evidenciada a de Capital interno, sendo que Capital humano obteve uma representatividade muito baixa em seu estudo, ao contrário dos resultados aqui encontrados. Cumpre salientar que esse mesmo resultado – a categoria Capital externo como a mais evidenciada - também foi encontrado em contextos internacionais (GUTHRIE, *et al.*, 1999; CHEN GOH, PHENG LIM, 2004; ABEYSEKERA, 2007).

A Tabela 3 demonstra a frequência com que os elementos foram evidenciados. O elemento Clientes foi o único evidenciado por 100% das empresas, em 2006, e também em 2007. Nesse sentido, chama-se a atenção para a preocupação das empresas que compõem o setor elétrico em relação aos seus consumidores ou usuários de unidades consumidoras. Outro elemento que se destacou quanto à frequência foi o elemento Educação, que recebeu a atenção de 93,33% das empresas, em 2006; e 86,7%, em 2007, demonstrando que as empresas do setor elétrico estão preocupadas em evidenciar informações relacionadas a investimentos em cursos de capacitação e educação continuada por meio de incentivos a cursos universitários e de pós-graduações.

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

Classificação dos Elementos	2006		2007		Variação
	Total	%	Total	%	
Capital Intelectual					
1 Capital Interno					
1.1 Propriedade intelectual					
1.1.1 Patentes	1	6,7%	0	0%	-100,0%
1.1.2 Direitos autorais	1	6,7%	0	0%	-100,0%
1.1.3 Marcas registradas	1	6,7%	0	0%	-100,0%
1.2 Recursos de infra-estrutura					
1.2.1 Filosofia gerencial	12	80,0%	15	100,0%	25,0%
1.2.2 Cultura corporativa	12	80,0%	13	86,7%	9,0%
1.2.3 Processos gerenciais	13	86,7%	15	100,0%	17,0%
1.2.4 Sistemas de informações	13	86,7%	15	100,0%	17,0%
1.2.5 Sistemas de relacionamentos	10	66,7%	9	60,0%	-10,0%
1.2.6 Relações financeiras	7	46,7%	7	46,7%	0,0%
2 Capital Externo					
2.1 Marcas	10	66,7%	12	80,0%	20,0%
2.2 Clientes	15	100,0%	15	100,0%	0,0%
2.3 Fidelidade de clientes	12	80,0%	12	80,0%	0,0%
2.4 Nome da companhia	9	60,0%	13	86,7%	45,0%
2.5 Canal de distribuição	3	20,0%	7	46,7%	134,0%
2.6 Colaboração dos negócios	9	60,0%	7	46,7%	-22,0%
2.7 Acordo licenciado	7	46,7%	6	40,0%	-14,0%
2.8 Contrato favorável	12	80,0%	14	93,3%	17,0%
2.9 Acordo de <i>franchising</i>	0	0,0%	0	0,0%	0,0%

3 Competências dos funcionários					
3.1 <i>Know-how</i>					-25,0%
Cont. da Tabela 3: Frequência da divulgação de cada elemento e seu percentual de ocorrência	4	26,7%	3	20,0%	
3.2 Educação	14	93,3%	13	86,7%	-5,0%
3.3 Qualidade vocacional	11	73,3%	10	66,7%	-8,0%
3.4 Conhecimento relacionado ao trabalho	7	46,7%	8	53,3%	15,0%
3.5 Competências relacionadas ao trabalho	10	66,7%	12	80,0%	20,0%
3.6 Espírito empreendedor	8	53,3%	8	53,3%	0,0%
Totais	13,4	89,3%	14,3	95,1%	7,0%

Fonte: Adaptado de Sveiby (1997 *apud* Carvalho, Ensslin e Igarashi, 2006, p. 5).

Os elementos Filosofia gerencial, Processos gerenciais e Sistemas de informações tiveram um aumento de 25%, 17% e 17%, respectivamente, em relação ao ano anterior. Isso demonstra que as empresas estão voltando sua atenção aos processos internos, inovações tecnológicas, visando garantir melhor prestação do serviço elétrico com custo competitivo.

O destaque, porém, vai para o elemento Canal de distribuição, que teve um acréscimo de 134% na quantidade de empresas, entre 2006 e 2007, o que pode ser justificado, como bem lembraram os autores, a respeito da reestruturação de processos e novas estruturas organizacionais de fornecimento de energia. No entanto, o estudo também destaca elementos que, ao invés de crescer na preocupação das empresas, tiveram seus percentuais reduzidos como os elementos Patentes, Direitos autorais, Marcas registradas, com redução de 100% de 2006 para 2007. Embora esse percentual seja negativo, isso não causa espanto em razão da peculiaridade desses elementos, uma vez que não é sempre que a empresa vive patenteando produtos ou requerendo direitos autorais sobre algo ou ainda registros de marcas e patentes.

4.3 Natureza da evidenciação do Capital Intelectual

A pesquisa revelou que, assim como no estudo realizado por Carvalho, Ensslin e Igarashi (2006); Reina, Ensslin e Borba (2008); e Reina, Ensslin e Vicente (2008), as organizações, em sua maioria, utilizaram-se da produção textual para evidenciar o seu CI. Para ilustrar essa constatação, a seguir, alguns exemplos de divulgação do Capital Intelectual extraídos dos Relatórios de Administração da amostra investigada. O objetivo é ilustrar a natureza das divulgações do CI e a forma como se procedeu à leitura dos Relatórios de Administração, análise das informações e associação destas ao respectivo elemento de CI.

a) Capital Interno

Patente, Direitos autorais e Marcas registradas: É perceptível, no relato abaixo, a preocupação da CEMIG com esses elementos, corroborando e justificando a sua posição de empresa que mais evidencia elementos de CI, pois se acredita que, por traz de grandes empresas, estejam também grandes marcas, bons direitos autorais e patentes.

No âmbito da Gestão Estratégica de Tecnologia, o Escritório de Marcas e Patentes atuou junto ao Instituto Nacional de Propriedade Industrial - INPI no registro e acompanhamento de 8 cartas patentes, 43 pedidos de privilégio sobre invenções, 59 marcas, 19 programas de computador e 33 obras do direito autoral. Atualmente, encontram-se em análise de viabilidade 3 pedidos de privilégio sobre invenções e 6 marcas (CEMIG, Relatório da Administração de 2006, p. 41).

Filosofia gerencial: No quesito Filosofia gerencial, a CELG destaca seu esforço em reduzir custo para beneficiar o estado onde atua, como segue:

Como forma de boas práticas de governança, deve-se destacar que todo o esforço de gestão da CELG D, para reduzir custos, tem beneficiado a população do Estado de Goiás, que conta com uma tarifa residencial destacada entre as menores do país. Neste contexto a empresa obteve certificação do seu Sistema de Gestão da Qualidade, baseado nas normas NBR ISO 9001:2000, composto pelos processos atinentes a 26 áreas funcionais. A empresa certificadora foi a *Bureau Veritas* e teve como acreditadoras as empresas DAR (Alemanha), INMETRO (Brasil) e ANAB (Americana) (CELG, Relatório da Administração de 2007, p. 1).

Cultura corporativa: Outras empresas apostam na Cultura corporativa como palavra de ordem para garantir a sustentabilidade e nisso afirma que:

O foco da Companhia vem se consolidando na implantação de forte sistema de gestão empresarial para a sustentabilidade, que seja devidamente incorporado na cultura da Companhia e passe a fazer parte de suas atividades cotidianas (COPEL, Relatório da Administração de 2006, p. 4).

Processos gerenciais: Os Processos gerenciais também têm sido o foco das organizações como, por exemplo, a empresa AMPLA.

Nosso compromisso em combater o furto de energia vem sendo reforçado ano a ano, com a combinação de modernos processos de gestão, programas sociais e tecnologias de ponta (AMPLA, Relatório da Administração de 2007, p. 4).

Sistemas de informações: A empresa COELCE está focada na sua eficiência e, para isso, aposta na ampliação da sua capacidade de atendimento de clientes.

Para garantir a eficiência da rede, elevar os níveis de confiabilidade e ampliar a capacidade de atendimento foram realizados investimentos em obras de expansão, reformas e manutenção de seu sistema, controle de perdas, sistemas de informação e atendimento ao cliente (COELCE, Relatório da Administração de 2007, p. 20).

Sistemas de relacionamento: Preocupada em melhorar seu relacionamento interno, a COPEL adota planos de melhoria de convívios entre os sexos, objetivando melhorar a vida das mulheres, deficientes, e diminuir conflitos de raças e étnicos.

O Programa de Promoção da Diversidade, iniciado em agosto/2007, está subdividido em três frentes de trabalho: (1) Gênero e Orientação Sexual: voltado à apresentação de propostas de melhorias e reconhecimento das mulheres e do grupo GLBTT (Gays, Lésbicas, Bissexuais, Transexuais e Transgêneros); (2) Pessoas com Deficiência - PcD: interage diretamente com o Grupo de Acessibilidade e é voltado à busca de soluções para adaptação das instalações físicas e da cultura da Companhia no que concerne aos portadores de todas as deficiências; e (3) Raça e Etnia: voltado às questões referentes à inclusão de pessoas “não-brancas” e de seu tratamento igualitário (COPEL, Relatório da Administração de 2007, p. 64).

Relações financeiras: Outro aspecto ligado à COPEL está relacionado com o sistema de remuneração de seus colaboradores, no qual a empresa manifesta preocupação no quesito remuneração fixa e variável.

As práticas de remuneração, reconhecimento e incentivo estão baseadas no modelo de remuneração estruturado pela Companhia, apoiando-se em dois pilares: remuneração fixa (comparação de mercado e mérito) e variável (Participação dos Empregados nos Lucros e/ou Resultados-PLR) (COPEL, Relatório da Administração de 2007, p. 79).

b) Capital Externo

Marcas: Quanto às marcas, a CEMIG destaca-se como pioneira no mercado de energia. E, dessa forma, isso pode ser um dos fatores que a ajudaram a consolidar a sua marca.

Atualmente, na era da informação, os produtos, máquinas e equipamentos podem significar menos para as empresas do que a sua imagem, seu *know-how*, sua marca, sua capacidade de desenvolvimento tecnológico, ou mesmo seu capital intelectual. Estes valores, conhecidos como Ativos Intangíveis, quando mensurados, podem valer no mercado muitas vezes mais que os ativos tangíveis registrados contabilmente. Dentro desse contexto, a Cemig, de forma pioneira no mercado de energia, decidiu avaliar a sua marca com objetivos estratégicos de gestão e mitigação de risco. Criou-se um painel de indicadores da marca Cemig integrado ao *Balanced Scorecard* da empresa, bem como todo um processo interno de gestão da mesma. A força de sua marca pode ser vista no relacionamento com clientes, acionista, formadores de opinião (tais como mídia especializada, ambientalistas, ONGs, Prefeituras, entre outras), investidores e empregados (CEMIG, Relatório da Administração de 2007).

Clientes: Investir nos clientes também tem sido uma boa opção, buscando melhorar o grau de satisfação deste. Esta preocupação parece estar na visão da empresa Bandeirante, como segue:

Em 2007, a Bandeirante apresenta o melhor resultado nos últimos cinco anos e o seu segundo melhor resultado desde que se iniciaram as pesquisas, reforçando o empenho da Companhia na satisfação dos seus clientes (BANDEIRANTE, Relatório da Administração de 2007, p. 5).

Fidelidade dos clientes: Existem também aquelas empresas preocupadas em fidelizar seus clientes, como é caso da COELBA, que registra novo crescimento nesse quesito.

Na pesquisa de satisfação efetuada, junto aos clientes, em 2007, pela Associação Brasileira das Distribuidoras de Energia Elétrica - ABRADÉE, a Coelba registrou novo crescimento no Índice de Satisfação com a Qualidade Percebida pelo Cliente – ISQP, passando de 76,4%, em 2006, para 78,6% (COELBA, Relatório da Administração de 2007, p. 14).

Canal de distribuição: A empresa Bandeirante acredita que a evidenciação de seu canal de distribuição é uma forma de mostrar o que está fazendo no sentido de proporcionar maior conforto e disponibilidade de produtos aos seus clientes. Dessa forma evidencia que:

O sistema elétrico da Bandeirante é composto por 58 estações com 3.153 MVA instalados, 866 km de rede de alta tensão, 25.328 km de redes de distribuição em média e baixa tensão e cerca de 53.000 transformadores de distribuição com potência instalada de 2.700 MVA. O sistema elétrico atingiu a demanda máxima de 2.269 MVA em julho de 2007 (BANDEIRANTE, Relatório da Administração de 2007, p. 5).

Colaboração nos negócios: As parcerias nos negócios têm ajudado muitas empresas a mostrar aos usuários de suas informações quão sólidas são seus contatos e parceiros colaboradores, visando atrair novos investimentos, bem como novos investidores ou colaboradores no negócio. A Celesc evidencia sua aposta de negócios em várias empresas.

A Celesc realizou negócios com 19 empresas diferentes, de diversos segmentos e localidades, sendo elas Consumidores Livres, Geradoras e Comercializadoras de Energia. Além da venda da energia, a Celesc comercializou, até maio de 2007, um total de 102GWh referente a sua participação na Maesa, até então de sua propriedade (CELESC, Relatório da Administração de 2007, p. 4).

Acordo licenciado: Outras empresas acreditam que os acordos licenciados sejam as novas formas de estabelecer parcerias para fortalecer os negócios. A CEMIG, por exemplo, evidencia essas parcerias e seus resultados.

A Cemig, em parceria com a Concert Technologies S.A., Nansen S.A. Instrumentos de Precisão, Leme Engenharia Ltda. e FIR Capital Partners Ltda, criou a empresa Focus Soluções Tecnológicas S.A., cuja razão social está sendo alterada para Axxiom Soluções Tecnológicas S.A., com o objetivo de ofertar soluções de tecnologia e sistemas para a gestão operacional de concessionárias de serviços públicos, incluindo empresas de energia elétrica, de gás, de água e esgoto e demais empresas de utilidades (CEMIG, Relatório da Administração de 2007, p 15).

c) Competência dos Funcionários

Know-how: A modalidade de investimento no capital humano parece estar saindo do papel e ganhando a realidade das empresas. A Celesc, por exemplo, acredita que ao investir em seu capital humano estará fortalecendo o conhecimento de seu quadro de colaboradores.

Historicamente, o capital humano da Celesc, tanto da área técnica quanto administrativa, participam de amplo programa de capacitação e atualização (CELESC, Relatório da Administração de 2006, p. 18).

Educação: A Eletropaulo tem investido arduamente em educação. Só em 2007 a empresa investiu mais de 54 milhões de reais com oferecimento de cursos, palestras e seminários de capacitação aos seus colaboradores. Dessa forma, apresenta em seu relatório de administração:

Para proporcionar esse desenvolvimento, a AES Eletropaulo investe continuamente na consolidação da cultura de excelência, em aprendizagem e atualizações constantes e em gestão do conhecimento organizacional. Esse investimento se traduziu, em 2007, em 54,5 mil participações em cursos, palestras, seminários e capacitações, o que representa 708.588 homens-hora de treinamento, uma média de 167 horas por colaborador (ELETROPAULO, Relatório da Administração de 2007, p. 11).

Qualificação vocacional: Este elemento parece estar atingindo a preocupação das empresas. Seu foco está na valorização da equipe e dos fornecedores, buscando eficiência e qualidade. Essa é uma das preocupações da CELG, conforme relata a seguir:

A participação e o empenho da valorosa equipe de empregados, colaboradores e fornecedores, dedicados e motivados em todos os níveis, foram essenciais à conquista dos objetivos delineados, garantindo que as atividades desenvolvidas trilhassem os caminhos seguros da eficiência e qualidade, em plena sintonia com as exigências do mercado (CELG, Relatório da Administração de 2007, p. 2).

Conhecimento relacionado ao trabalho: Existem também empresas evidenciando suas preocupações com relação à formação de lideranças, em especial a formação de executivos. Isso está demonstrado no relatório da empresa CELPE.

A Celpe, com o objetivo de oportunizar carreira e promover os analistas que se destacam, criou também o Programa Futuros Líderes que os identifica e desenvolve através do Programa de Desenvolvimento de Liderança. Este programa é fundamentado no desenvolvimento dos executivos e potenciais nas competências de Liderança estabelecidas pelo Grupo Neoenergia (CELPE, Relatório da Administração de 2007, p. 19).

Competência relacionada ao trabalho: Gerir o capital humano é uma das necessidades prementes da atualidade. Acredita-se que várias empresas adotam a política de gestão do capital humano com intuito de remunerá-los, atrelado aos seus desempenhos e capacidades. Essa preocupação está evidenciada no relatório da empresa CEMIG, como demonstrado a seguir.

Continuamos a implementar a nossa política de gestão do capital humano visando a adotar, de forma definitiva, uma melhor prática de remuneração de nossos empregados vinculando-a ao seu desempenho. Esta prática irá materializar os ganhos de eficiência obtidos pela revisão de projetos em aumentos de produtividade e lucratividade (CEMIG, Relatório da Administração de 2007, p. 64).

Espírito empreendedor: Valorizar e incentivar colaboradores a terem espírito empreendedor está sendo uma tendência de empresas que buscam melhor capacitar seus profissionais, estimulando a criatividade e seu espírito de liderança. A empresa COPEL desenvolve esta habilidade com seus profissionais por meio de palestras, evidenciando seu plano de cargos e salários aos colaboradores.

No tocante ao Crescimento e Desenvolvimento Profissional, nossos Departamentos de Treinamento e Desenvolvimento e de Planejamento de Cargos e Salários realizaram palestras de esclarecimentos aos empregados sobre o assunto (COPEL, Relatório da Administração de 2007, p. 31).

5 Conclusão

O principal objetivo desta pesquisa foi identificar as empresas do setor elétrico, listadas na BOVESPA, que evidenciam, de forma voluntária, seus elementos de Capital Intelectual; quais empresas mais evidenciam; qual a frequência de evidenciação, bem como fazer um comparativo entre as companhias da amostra em 2006 e 2007. Nesse sentido, os resultados foram positivos e demonstram uma tendência de crescimento, já que, no ano de 2007, houve uma evolução, ainda que pequena, em relação a algumas empresas, sobre 2006.

Os resultados da pesquisa demonstraram que os índices de divulgação ainda são tímidos; porém, conforme apontados no artigo, existem itens como Patentes e Acordo de *franchising* que não fazem parte da realidade da amostra. Esses itens poderão ser mais evidenciados no futuro, uma vez que os relatórios demonstram alto investimento em pesquisa e desenvolvimento; porém, nesse primeiro momento, não fazem parte da realidade da amostra, e isso pode ter contribuído para reduzir os índices de evidenciação.

Como destaque do setor, a empresa que mais evidenciou elementos de CI - a CEMIG - mostra o quanto o CI é valorizado dentro da companhia, que faz questão de abordar tal assunto de maneira clara e objetiva, ao evidenciar seu lucro, bem como as premiações, o reconhecimento

dentro do setor, a importância dentro do seu estado, e até fora do País, e verificar tal empresa como destaque dentro da pesquisa. Isso leva a crer que pode não ter sido o único motivo, porém é passível de acreditar que a preocupação, bem como a atenção dada ao CI dentro da companhia, colabora para o seu sucesso.

Com relação às formas de divulgação de CI, verificou-se que ela se deu de maneira qualitativa por meio de produção textual fazendo alusão ao CI. Dentre as três categorias de CI, o Capital externo se mostrou mais evidente em 2006, ocorrendo o mesmo em 2007, que pode ter, como um dos possíveis motivos, a reestruturação das empresas do setor, mostrando que, para o setor elétrico em 2006 e 2007, a preocupação converge esforços ao atendimento do usuário externo. Assim, pode ser ainda uma preocupação dessas empresas demonstrar aos seus investidores e futuros investidores como é administrado, gerido e/ou valorizado o Capital Intelectual em seu âmbito de atuação. Ao fazer comparativos com estudos de outros autores, observou-se que a forma narrativa, também identificada nos outros estudos, prevaleceu. Ressalta-se ainda que, no estudo de Rotini (2007), a categoria mais evidenciada também foi a de Capital externo, o que pode apontar uma tendência, já que, na presente pesquisa e no estudo de Carvalho, Ensslin e Igarashi (2006), a categoria que acabou prevalecendo foi a de Capital externo.

Deixa-se como recomendação para estudos futuros que envolvam períodos maiores de análise, podendo também envolver outros setores, como também ficar delimitado ao setor elétrico, porém, de forma mais abrangente, em número de anos. Estudos também são recomendados para verificar o comportamento da evidenciação voluntária nas empresas após as mudanças trazidas com a Lei nº 11.638, em especial após a criação do subgrupo intangível no grupo do Ativo Permanente.

Referências

ANTUNES, M. T. P.; MARTINS, E. Capital Intelectual: Verdades e Mitos. **Revista Contabilidade & Finanças**, São Paulo, n. 29, p. 41 – 54, maio/agosto, 2002.

ANTUNES, M. T. P. A controladoria e o capital intelectual: um estudo empírico sobre sua gestão. **Revista de Contabilidade & Finanças – USP**, São Paulo, n. 41, p. 21-37, maio/ago, 2006.

ABEYSEKERA, I. *Intellectual capital reporting between a developing and developed nation*, **Journal of Intellectual Capital**, v. 8, n. 2. p.329–345, 2007.

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

BEUREN, I. M.; OLIVEIRA, J. M. O tratamento contábil do capital intelectual em empresas com valor de mercado superior ao valor contábil. **Revista Contabilidade & Finanças**, São Paulo, n.32, p. 81 – 98, maio/agosto, 2003.

BOVESPA. Disponível em: <<http://www.bovespa.com.br/principal.asp>>. Acesso em: 18 março, 2008.

BRASIL. **Lei n 6.404**, de 15 de dezembro de 1976. Dispõe sobre as Sociedades por Ações. República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 15 dez. 1976. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/Leis/L6404compilada.htm>. Acesso em: 9 maio 2008.

BRASIL. **Lei n 11.638**, de 28 de dezembro de 2007. Altera e revoga dispositivos da Lei n 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. República Federativa do Brasil, Brasília, DF, 28 dez. 2007. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_Ato2007-2010/2007/Lei/L11638.htm>. Acesso em: 11 de junho 2008.

CARVALHO, F. N.; ENSSLIN, S. R.; IGARASHI, D. C. C. Evidenciação voluntária do Capital Intelectual no contexto brasileiro: cotejamento com os contextos internacional e australiano. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DE PÓS-GRADUAÇÃO E PESQUISA EM ADMINISTRAÇÃO, 30, 2006, Salvador/Bahia. *Anais ...* Salvador: 2006. CD-ROM.

CHEN GOH, P.; PHENG LIM, K. *Disclosing intellectual capital in company annual reports: evidence from Malaysia*, **Journal of Intellectual Capital**, v. 5, n.3, p.500–511, 2004.

DALMÁCIO, F. Z.; PAULO, F. F. M. A evidenciação contábil: publicação de aspectos sócio-ambientais e econômico-financeiros nas demonstrações contábeis. In: CONGRESSO USP DE CONTROLADORIA E CONTABILIDADE, 4, 2004, São Paulo. *Anais...* São Paulo: FEA/USP, 2004. CD-ROM.

GALLON, A.V.; SOUZA, F. C. de.; ROVER, S. ; ENSSLIN,S. R. Um estudo reflexivo da produção científica em capital intelectual. **RAM – Revista de Administração Mackenzie**, São Paulo, v. 9, n. 4, edição especial, p. 142-172, 2008.

GIL, A. C. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social**. São Paulo: Atlas, 1999.

GUTHRIE, J.*et al.* **There is no accounting for intellectual capital in Australia: review of annual reporting practices and internal measurement of intangibles within Australian organization**. In: INTERNATIONAL SYMPOSIUM OF MEASURING AND REPORTING INTELLECTUAL CAPITAL. Amsterdam, 1999.

HENDRIKSEN, S. E.; VAN BREDA, M. F. **Teoria da Contabilidade**. Tradução de Antônio Zorato Sanvincente. São Paulo: Atlas, 1999.

IUDÍCIBUS, S.; MARTINS, E.; GELBCKE, E. R. **Manual de Contabilidade das Sociedades por Ações**. 5. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

IUDÍCIBUS, S. de; MARTINS, E.; GELBCKE, E.R., **Manual de contabilidade das sociedades por ações: aplicável às demais sociedades**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

KAYO, E. K.; BASSO, L. F. C. Avaliação de Ativos Intangíveis e Analytic Hierarchi Process: Um ensaio sobre hierarquização dos direcionadores não-Financeiros de Valor. **Revista Eletrônica de Gestão Organizacional**. Disponível em: <<http://www.gestaoorg.dca.ufpe.br>>. Acesso em: 24 de Março, 2005.

MURCIA, F. D.; BORBA, J. A. Estrutura para detecção do risco de fraude nas demonstrações contábeis: Mapeando o ambiente fraudulento. **Revista Brazilian Business Review**, n.. 3, p. 171-190, Set/Dez. 2007.

NEIVA, R. A. **Valor de Mercado da Empresa**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

NONAKA, I. TAKEUCHI, H. **Criação de conhecimento na empresa**. Rio de Janeiro: Campus, 1997.

PIACENTINI, N. **Evidenciação contábil voluntária: uma análise da prática adotada por companhias abertas brasileiras**. São Leopoldo, 2004. 70 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis). Universidade do vale do Rio dos Sinos (Unisinos).

REINA, D.; ENSSLIN, S. R.; BORBA, J.A. 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.

REINA, D.; ENSSLIN, S. R.; VICENTE, E. F. R. Capital Intelectual: Uma Análise Comparativa da Evidenciação Voluntária em Empresas de Governança Corporativa no ano de 2006. In: CONGRESSO BRASILEIRO DE CONTABILIDADE. 18; 2008, Gramado, *Anais...* Brasília: 2008. CD-ROM.

RICHARDSON, R.J. **Pesquisa Social: métodos e técnicas**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1999.

ROTTINI, G. C. **Um Estudo Empírico Sobre a Evidenciação do Capital Intelectual, nos Relatórios da Administração das Entidades com maior Capital Social, Listadas Na Bovespa Nos Anos de 2005 e 2006.** Florianópolis: UFSC, 2007.

SCHIMIDT, P.; SANTOS, J. L. **Avaliação de ativos Intangíveis.** São Paulo: Atlas, 2002.

SCHNORRENBERGER, D. **Identificando, Avaliando e Gerenciando os Recursos Organizacionais Tangíveis e Intangíveis por meio de uma Metodologia Construtiva (MCDA): Uma Ilustração na Área Economico-Financeira.** Florianópolis, 2005. 223f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Curso de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, STEWART, T. A. **Capital Intelectual: A nova vantagem Competitiva das Empresas.** 9. 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.

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

TRIPOLD, T.; FELLIN, P.; MEYER, H.J. **Análise da pesquisa social: Diretrizes para o uso de pesquisa em serviço social e ciências sociais.** 2. ed. Rio de Janeiro: Francisco Alves, 1981.