

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SÓCIO-ECONÔMICO
DEPARTAMENTO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

BRUNO JOSÉ DE SOUSA

**ESTUDO SOBRE A EVIDENCIAÇÃO DE CAPITAL INTELECTUAL NOS
RELATÓRIOS DA ADMINISTRAÇÃO DAS MAIORES DISTRIBUIDORAS DE
ENERGIA ELÉTRICA DO BRASIL ENTRE OS ANOS DE 2003 E 2007.**

Florianópolis

2009

BRUNO JOSÉ DE SOUSA

**ESTUDO SOBRE A EVIDENCIAÇÃO DE CAPITAL INTELECTUAL NOS
RELATÓRIOS DA ADMINISTRAÇÃO DAS MAIORES DISTRIBUIDORAS DE
ENERGIA ELÉTRICA DO BRASIL ENTRE OS ANOS DE 2003 E 2007.**

Monografia apresentada à Universidade Federal de Santa Catarina como um dos pré-requisitos para a obtenção do grau de bacharel em Ciências Contábeis.

Orientador: Prof. Dr. Darci Schnorrenberger.

Florianópolis

2009

BRUNO JOSÉ DE SOUSA

**ESTUDO SOBRE A EVIDENCIAÇÃO DE CAPITAL INTELECTUAL NOS
RELATÓRIOS DA ADMINISTRAÇÃO DAS MAIORES DISTRIBUIDORAS DE
ENERGIA ELÉTRICA DO BRASIL ENTRE OS ANOS DE 2003 E 2007.**

Esta monografia foi apresentada como trabalho de conclusão de curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Santa Catarina, obtendo a nota (média) de _____ atribuída pela banca constituída pelo orientador e membros abaixo:

Florianópolis, SC, _____ de _____ de 2009.

Professora Valdirene Gasparetto, Dra.
Coordenadora de Monografias do Departamento de Ciências Contábeis

Professores que compuseram a banca examinadora:

Professor Darci Schnorrenberger, Dr.
Orientador

Professora Sandra Rolim Ensslin, Dra.
Membro

Donizete Reina, Mestrando Ufsc
Membro

*Aos meus pais Francisco e Elizabeth, meu irmão Lucas e
ao Emerson por toda força, amor e carinho.*

AGRADECIMENTOS

Primeiramente agradeço a Deus, por toda a força e por sempre estar ao meu lado.

Agradeço ao meu orientador professor Darci Schnorrenberger, por sua dedicação e pela inspiração que fez nascer em mim para esse trabalho. Agradecimento a todo o corpo docente da Universidade Federal de Santa Catarina, em especial a professora Dra. Sandra Rolim Ensslin e a professora Dra. Valdirene Gasparetto.

Não poderia deixar de agradecer as pessoas mais importante de minha vida, aos meus pais Francisco e Elizabeth e também ao Lucas e ao Emerson, por entenderem os momentos de ausência, de impaciência durante a realização do curso, pela força dada nos momentos difíceis, pelo amor e carinho. Com vocês tudo posso, tudo supero, tudo consigo.

Agradeço ao Seu Valcir e a Dona Santina, pessoas que sempre me deram carinho, amparo e atenção.

Agradeço a todos os meus familiares e amigos por me darem força e demonstrarem o quanto acreditavam em mim e esperavam por essa conquista. Não poderia deixar de citar o nome de minha vó que se encontra em um momento difícil e ao meu vô Dico que não mais está entre a gente, porém sei que ambos estão felizes por essa conquista, afinal sempre desejaram todo o sucesso para o neto Bruno.

Agradeço a todos que fizeram parte dessa caminhada, os amigos conquistados dentro da universidade em especial às amigas Cínara, Deise e Rosimeri no qual amizade superou os muros da universidade.

Agradeço por fim a Instituição maior e que me ofereceu um ensino de qualidade a Universidade Federal de Santa Catarina.

*“Elevo os meus olhos para os montes; de onde me virá o socorro?
O meu socorro vem do senhor que fez o céu e a terra.
O Senhor é quem te guarda; o Senhor é a tua sombra a tua direita.
O sol não te molestará de dia nem a lua de noite.
O Senhor te guardara de todo o mal; ele guardara a tua alma.
O Senhor guardará a tua entrada e a tua saída,
desde agora e para sempre.”*

Salmo 121

RESUMO

SOUSA, Bruno José de. **Estudo Sobre a Evidenciação de Capital Intelectual nos Relatórios da Administração das maiores Distribuidoras de Energia Elétrica.** Monografia (Graduação em Ciências Contábeis) – Departamento de Ciências Contábeis, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2009.

O patrimônio das empresas é o objeto de estudo da contabilidade, e o objetivo da contabilidade é fornecer informações para a tomada de decisão. A avaliação de uma empresa não pode seguir uma ciência exata, é necessário que sejam considerados elementos intangíveis e de difícil mensuração, que explique, por exemplo, as diferenças existentes entre valor contábil e valor das ações das organizações. Nesse contexto surge o Capital Intelectual, uma fonte de informações para a tomada de decisão. As evidenciações voluntárias de Capital Intelectual são meios utilizados por investidores para analisar as estratégias e fatores de sucesso da companhia. Este estudo apresenta os resultados de uma investigação sobre a evidenciação voluntária do Capital Intelectual (CI) nos Relatórios da Administração das 14 maiores companhias de Distribuição de Energia Elétrica. A amostra é baseada no número de unidades consumidoras (acima de 1 milhão), sendo a BM&FBOVESPA a fonte de coleta de dados dos relatórios. A data base dos relatórios é de 31/12/2003 a 31/12/2007. O estudo foi realizado por meio da técnica de análise de conteúdo, adota a classificação dos elementos de Capital Intelectual sugerida por Sveiby (1997) e o sistema de codificação numérica sugerida por Guthrie (1999). Os resultados apontam para: (I) uma incidência ainda baixa de divulgação voluntária de CI nos relatórios das empresas, mas que se mostra crescente ao longo do período estudado; (II) uma significativa tendência para evidenciação em termos qualitativos (narrativa), mas não quantitativos; (III) maior frequência de Capital Externo. O estudo mostrou uma inversão com relação a categoria mais evidenciada. Nos dois primeiros anos (2003 e 2004) a categoria mais evidenciada foi Capital Externo. Nos três últimos anos (2005, 2006 e 2007) a categoria mais evidenciada passou a ser Competência dos Funcionários, o que demonstra uma evolução e valorização cada vez maior do Capital Humano; e (IV) A média de evidenciação para o período ficou em 51,90%, sendo que nos três últimos anos esse percentual ficou acima da média, 52% em 2005, 57% em 2006 e 61% em 2007.

Palavras-chave: Capital Intelectual. Evidenciação. Distribuidoras de Energia Elétrica.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1: Empresas da amostra	18
Quadro 2: Noções para identificação dos elementos nos RAS.....	21
Quadro 3: Classificação de Capital Intelectual proposta por Brooking	28
Quadro 4: Classificação de Capital Intelectual de Edvinsson e Malone	29
Quadro 5: Classificação de Capital Intelectual de Stewart	29
Quadro 6: Classificação de Capital Intelectual de Sveiby	29
Quadro 7: Evidenciação em números 2003 a 2007	65

LISTA DE TABELAS

Tabela 1: Matriz desenhada para análise dos dados.	20
Tabela 2: Frequência de Divulgação de CI - 2003	45
Tabela 3: Frequência de Divulgação de CI – 2004.....	49
Tabela 4: Frequência de Divulgação de CI – 2005.....	53
Tabela 5: Frequência de Divulgação de CI – 2006.....	57
Tabela 6: Frequência de Divulgação de CI – 2007.....	61

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1: Evidenciação de CI por Elementos - 2003	46
Gráfico 2: Categorias de CI - 2003	48
Gráfico 3: Evidenciação de CI por Elementos – 2004.....	50
Gráfico 4: Categorias de CI – 2004	52
Gráfico 5: Evidenciação de CI por Elementos – 2005.....	54
Gráfico 6: Categorias de CI – 2005	56
Gráfico 7: Evidenciação de CI por Elementos – 2006.....	58
Gráfico 8: Categorias de CI – 2006	60
Gráfico 9: Evidenciação de CI por Elementos – 2007.....	62
Gráfico 10: Categorias de CI – 2007.....	64
Gráfico 11: Evidenciação de CI por empresa, 2003 a 2007	66
Gráfico 12: Evolução por Categoria.....	68
Gráfico 13: Evolução comparativa de Evidenciação	69
Gráfico 14: Evidenciação por Categoria – 2003 a 2007	70
Gráfico 15: Evolução de Evidenciação de CI, 2003 a 2007.....	72

LISTA DE SIGLAS E REDUÇÕES

AI's	Ativos Intangíveis
ANEEL	Agência Nacional de Energia Elétrica
BM&FBOVESPA.....	Bolsa de Mercadorias e Futuros de São Paulo
CI	Capital Intelectual
RAs	Relatórios da Administração

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
1.1 TEMA E PROBLEMA.....	13
1.2 OBJETIVOS	14
1.2.1 OBJETIVO GERAL.....	14
1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS.....	14
1.3 JUSTIFICATIVA.....	15
1.4 METODOLOGIA DA PESQUISA.....	16
1.4.1 Procedimentos para a Coleta de Dados	16
1.4.2 Enquadramento Metodológico	17
1.4.3 Amostra da Pesquisa.....	17
1.4.4 Análise de Conteúdo dos Relatórios	18
1.5 DELIMITAÇÃO DA PESQUISA	22
1.6 ESTRUTURA DO TRABALHO	22
2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA.....	24
2.1 CARACTERIZAÇÃO DE ATIVO.....	24
2.2 CAPITAL INTELECTUAL	25
2.2.1 Classificações de Capital Intelectual.....	28
2.3 EVIDENCIAÇÃO CONTÁBIL DE CI	32
2.3.1 Evidenciação Voluntária e Compulsória	33
2.3.2 Relutância na divulgação de Informações não Obrigatórias	35
2.3.3 Formas de Evidenciação	36
2.3.4 Relatório da Administração	36
2.4 TRABALHOS ANTERIORES.....	37
3 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS	40
3.1 EVIDENCIAÇÃO DE CAPITAL INTELECTUAL NA AMOSTRA.....	40
3.2 EVIDENCIAÇÃO DE CI – 2003	44
3.2.1 Categoria mais Evidenciada – 2003	47
3.3 EVIDENCIAÇÃO DE CI – 2004	48
3.3.1 Categoria mais Evidenciada – 2004.....	51
3.4 EVIDENCIAÇÃO DE CI – 2005	52
3.4.1 Categoria mais Evidenciada – 2005	55
3.5 EVIDENCIAÇÃO DE CI – 2006	56

3.5.1 Categoria mais Evidenciada – 2006	59
3.6 EVIDENCIAÇÃO DE CI – 2007	60
3.6.1 Categoria mais Evidenciada – 2007	63
3.7 COMPARATIVO GERAL.....	64
3.7.1 Evidenciação Média por Empresa.....	65
3.7.2 Evidenciação por Categoria	67
3.7.3 Evidenciação Média por Categoria	70
3.7.4 Evidenciação Média Total	71
3.8 ELEMENTOS NÃO PERTENCENTES AO SETOR.....	72
4 CONSIDERAÇÕES FINAIS	74
4.1 CONCLUSÕES.....	74
4.2 OPINIÃO DO PESQUISADOR.....	75
4.3 SUGESTÕES PARA FUTUROS TRABALHOS	76
REFERÊNCIAS.....	77

1 INTRODUÇÃO

O patrimônio das empresas é o objeto de estudo da Contabilidade. 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. Estes relatórios são importantes para a avaliação das tendências por parte das empresas, bem como os investimentos a serem feitos. Nesse sentido, Dalmácio e Paulo (2004) relatam que dentre os demonstrativos exigidos pela Lei nº 6.404/76, apenas o Relatório da Administração e as Notas Explicativas permitem maior evidenciação 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 evidenciações voluntárias são meios utilizados por investidores para analisar estratégias e fatores de sucesso das companhias, bem como analisar o ambiente onde estas se encontram inseridas (PIACENTINI, 2004).

Avaliar o quanto vale uma empresa é algo que muitos tomadores de decisão buscam a todo o momento, em um ambiente de disputa comercial, onde as informações são geradas com agilidade, as organizações têm consciência de que seus valores não estão apenas em seus produtos e serviços.

Muitos dos valores a que se busca para a avaliação e tomada de decisões estão justamente em valores não evidenciados nos balanços como é o caso dos intangíveis.

As organizações precisam buscar diferenciais perante seus concorrentes. É necessário que se aperfeiçoem a cada dia.

Em um cenário por busca de informações para o mercado acionário bem como para os tomadores de decisão, buscar informações como o investimento em formação de funcionários competentes, manter uma relação de excelência e inovação, são itens e informações que agregam valor a empresa. No entanto muitos gastos provenientes de investimentos dessa natureza, apesar de constarem em demonstrações, são muitas vezes tratados como despesas de acordo com os princípios contábeis.

O CI vem ganhando relevância nas organizações, logo, não pode ser ignorado no processo de avaliação das empresas. É importante que, além do valor patrimonial, ou seja, aquele constante de seus registros contábeis, estas empresas tenham também consciência do seu valor econômico, que é na verdade a capacidade de geração de benefícios futuros.

Incluir os valores de Capital Intelectual nos balanços das empresas, bem como ter uma preocupação e atenção para esse tipo de informação abre caminhos para uma melhor avaliação destas organizações. Afinal, empresas são vendidas por valores superiores aos evidenciados nas Demonstrações Contábeis e um dos motivos que justificaria essas diferenças seriam justamente a não evidenciação dessas informações (valores intangíveis) nos balanços.

A Contabilidade tem buscado formas de demonstrar essas diferenças e meios de atender as informações desejadas para a tomada de decisões.

1.1 TEMA E PROBLEMA

Por iniciativa própria, empresas já demonstravam informações referentes a seus intangíveis em seus relatórios de administração, notas explicativas, ou relatórios adicionais, antes da regulamentação do subgrupo intangíveis com a lei 11.638 de 28 de dezembro de 2007. Mesmo que de maneira embrionária, tímida, textual. Logo, essas empresas gerencialmente falando estão à frente daquelas que não valorizam esses ativos e não pensam no assunto.

Em muitas empresas, o CI maior que o tangível, já é uma realidade. Nesse contexto, os bens incorpóreos vêm ganhando destaque no mundo empresarial. Mesmo sendo estes bens de difícil identificação, mensuração e contabilização (ROTTINI, 2007).

Quando Edvinsson e Malone (1998) comparam os intangíveis às raízes de uma árvore, fica claro que não são elementos visíveis e fáceis de detectar, no entanto, se bem

estudados poderão trazer surpresas já que podem representar valores superiores aos bens tangíveis.

Diante do exposto, a verificação dos investimentos enquadrados na categoria intangíveis e as formas de gerenciamento desses elementos devem ser itens prioritários nas organizações que pretendem obter vantagens competitivas sustentáveis, sendo essa uma diferenciação perante o mercado.

Nesse contexto surge a pergunta de pesquisa: Qual o grau de evidenciação voluntária de Capital Intelectual nos Relatórios da Administração das 14 maiores empresas distribuidoras de energia elétrica do Brasil que operam na BM&FBOVESPA?

1.2 OBJETIVOS

Os objetivos do estudo foram delineados de acordo com a necessidade de verificar o grau de explicitação de Capital Intelectual em empresas de Distribuição de Energia Elétrica nos anos de 2003 a 2007.

1.2.1 OBJETIVO GERAL

O objetivo deste estudo consiste em investigar o grau de evidenciação de Capital Intelectual nos Relatórios da Administração entre os anos de 2003 a 2007, por parte das maiores distribuidoras de energia elétrica do Brasil que operam na BM&FBOVESPA.

1.2.2 OBJETIVOS ESPECÍFICOS

A partir do objetivo geral, têm-se como objetivos específicos os seguintes:

- Detectar e localizar a evidenciação de capital Intelectual nos Relatórios de Administração das 14 maiores empresas distribuidoras de Energia Elétrica;
- Verificar dentre as empresas da amostra, as formas de explicitação;
- Investigar quais os elementos de CI priorizados na evidenciação; e
- Analisar a evolução de evidenciação no período estudado.

1.3 JUSTIFICATIVA

As informações publicadas nos demonstrativos contábeis são relevantes, porém, tem-se mostrado insuficientes para prover o efetivo suporte a tomada de decisão. Uma das razões é a ausência de informações sobre a riqueza de natureza intangível adquirida ou desenvolvida pelas organizações ao longo dos anos.

Trata-se de um elemento subjetivo e de mensuração complexa, conforme expõe Hendriksen e Van Breda (1999, p.388); os “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.”

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 Capital Intelectual, o que agrega em muito o seu valor.

As informações repassadas aos sócios e acionistas estariam mais completas caso nos relatórios fossem retratados os investimentos e ações em relação ao seu Capital Intelectual. Com esse tipo de iniciativa a organização traria a público as informações acerca de suas ações nas diferentes áreas de atuação e interação.

Para Schnorrenberger (2005) grande parte dos empresários acredita que os Ativos Intangíveis está no mercado como um importante fator para alcançar e manter vantagens competitivas.

Para Copeland, Koller e Murrin (2002, p.21), “as empresas que não apresentarem um bom desempenho, verão seu capital fluir na direção de seus concorrentes. O valor é a melhor métrica de desempenho, porque é a única que exige informação completa.” Isso demonstra que o valor de uma organização é relevante em toda sua existência e não somente no momento de sua venda.

Esse estudo mostra como o Capital Intelectual faz parte da realidade principalmente de grandes empresas, uma vez que estão sempre presentes, porém, precisam ser mais bem estudados e compreendidos.

1.4 METODOLOGIA DA PESQUISA

Nos subitens que se seguem apresenta-se a metodologia da pesquisa: Procedimentos, Instrumento da pesquisa para a coleta de Dados e Enquadramento Metodológico, respectivamente.

A pesquisa adotou a metodologia de codificação numérica sugerida por Guthrie e Petty (2000). Foi realizada uma análise de conteúdos dos relatórios de administração, divulgados com data base de 31/12/2003 a 31/12/2007, das maiores empresas brasileiras de Distribuição de Energia Elétrica, listadas na BM&FBOVESPA. Como critério de seleção adotou-se as empresas do setor que atendem acima de 1 milhão de unidades consumidoras, critério este, também utilizado pela agência reguladora do setor a ANEEL, que distribui as empresas por porte de distribuição em faixas de unidades consumidoras atendidas. Este corte resultou numa amostra inicial de 16 empresas.

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 um relatório utilizado para ilustrar a situação da empresa para o público externo em geral. Sendo que o administrador da empresa tem controle total da divulgação discricionária dessas informações. (CARVALHO, ENSSLIN e IGARASHI, 2006)

Os RAs podem ilustrar informações que não estão previstas na legislação, dando uma visão mais aprofundada e com maior liberdade de evidenciação para seus acionistas, clientes e a sociedade como um todo.

1.4.1 Procedimentos para a Coleta de Dados

O referencial foi desenvolvido tendo por base, livros, artigos científicos, e pesquisas na internet. Na coleta de dados foram pesquisados os Relatórios da Administração das empresas pesquisadas. Relatórios estes disponíveis na Internet no site da BM&FBOVESPA.

A compilação dos dados foi feita através de leitura integral dos relatórios da administração, os itens pesquisados seguiram a matriz proposta por Sveiby que divide o CI em 24 elementos e 3 categorias, no quadro 2 da página 21 cada um desses itens recebeu uma descrição, sendo que para ser considerado um item evidenciado o mesmo deveria estar descrito no RA seguindo as características dessa matriz.

1.4.2 Enquadramento Metodológico

O estudo é caracterizado como descritivo. 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”. Nesse contexto a pesquisa procura descrever os elementos de CI, contidos nos relatórios da administração das empresas da amostra.

Um estudo descritivo apresenta dados, informações, inventários de elementos constitutivos ao objeto, dizendo o que ele é, do que se compõe, o lugar em que esta localizado, revelando periodicidades, apontando possíveis regularidades ou irregularidades, mensurando, classificando de acordo com semelhanças e diferenças (RODRIGUES, 2007, p.29). Nesse sentido a pesquisa descreve os itens divulgados bem como as formas de divulgação.

O trabalho pode ser classificado como do tipo *survey*, pois possui uma amostra definida. Para Tripod *et al* (1981, p.39), estas pesquisas “procuram descrever com exatidão algumas características de populações designadas”.

A pesquisa caracteriza-se como qualitativa, sendo que procura verificar a preocupação e o nível de divulgação de CI nos relatórios das empresas pesquisadas, para Richardson (1999) “pesquisas qualitativas caracterizam-se pelo não emprego de instrumental estatístico no processo de análise de um problema”.

Por fim os dados utilizados são secundários, já que foram extraídos dos relatórios de administração de cada uma das empresas.

Durante o processo de análise fez-se um comparativo entre os anos estudados e a respectiva evolução.

1.4.3 Amostra da Pesquisa

Em 16 de Março de 2008 foi verificado no *site* da ANEEL e constatado uma divisão das empresas do setor por faixa de unidades consumidoras atendidas. Nesse sentido verificou-se que as maiores empresas são as que atendem acima de um milhão de consumidores. Diante desse enquadramento observa-se a existência de 16 empresas com essa característica. Assim essas 16 empresas compuseram a amostra inicial desta pesquisa.

Duas empresas foram excluídas da amostra. A primeira foi a CEEE que não está listada na BM&FBOVESPA e sendo assim seus relatórios não possuíam o mesmo padrão das demais empresas além de não possuir dados referentes a 2003 e 2004. A segunda empresa a ser excluída da amostra foi a CELG em função de a mesma não possuir dados referentes ao exercício de 2003. Após esse levantamento a amostra da pesquisa ficou definida em 14 empresas que atendem acima de um milhão de consumidores e que estão listadas na BM&FBOVESPA.

O período estudado compreende os anos de 2003 a 2007. Desta forma a intenção é analisar a evolução com relação ao nível e forma de evidenciação dessas empresas para com seu CI.

Por se tratar de informações disponibilizadas e publicadas a toda a sociedade, não é necessário o sigilo com relação ao nome das empresas pesquisadas, assim seguem listadas conforme Quadro 1:

	CONCESSIONÁRIA	ABREVIACÃO	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 Minas Gerais	CEMIG	MG
07	Companhia Energética de Pernambuco	CELPE	PE
08	Companhia Energética do Ceará	COELCE	CE
09	Companhia Paranaense de Energia	COPEL	PR
10	Companhia Paulista de Força e Luz	CPFL	SP
11	Companhia Piratininga de Força Luz	PIRATININGA	SP
12	Elektro Eletricidade e Serviços S/A	ELEKTRO	SP
13	Eletropaulo Metropolitana - Eletricidade de SP S/A	ELETROPAULO	SP
14	Light Serviços de Eletricidade S/A	LIGHT	RJ

Quadro 1: Empresas da amostra

Fonte: Adaptado site ANEEL (www.aneel.gov.br)

As empresas receberam uma numeração que vai do 1 ao 14 para facilitar a compilação dos dados nas matrizes de estudo.

1.4.4 Análise de Conteúdo dos Relatórios

Para a identificação e compilação dos dados nos relatórios pesquisados utiliza-se uma análise de conteúdo, para Richardson (1999), trata-se de uma técnica de pesquisa na qual

se deve ter objetividade, sistematização e inferência. A objetividade diz respeito à utilização de normas e regras, para que não haja subjetividade no estudo. A sistematização está alicerçada no planejamento, a coleta e a análise de acordo com a metodologia científica. A inferência diz respeito ao levantamento de proposições, como, por exemplo: o que motivou o estudo, quais suas causas, quais os efeitos? Com isso a análise dos dados deve ser mais aprofundada.

O estudo de conteúdo dos relatórios da administração das empresas pertencentes à amostra foi realizado utilizando-se a metodologia de Guthrie et. al. (1999 apud CARVALHO; ENSSLIN, IGARASHI, 2006, p.4). Os autores utilizaram um sistema de códigos numéricos, descrito abaixo, sistema esse que visa apontar a existência (ou não) da evidencição do elemento, e como esse elemento foi divulgado:

- 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 apud CARVALHO; ENSSLIN; IGARASHI, 2006, p. 4) verificaram que os itens referentes ao Capital Intelectual foram relatados em forma narrativa em praticamente todos os casos, utilizando-se dessa forma a aplicação apenas dos códigos 0 e 1.

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

Após o processo de atribuição dos valores conforme o sistema de códigos anteriormente apresentado, foi feito um somatório, no eixo vertical, dos elementos presentes na divulgação de cada empresa, com vistas a identificar quais elementos à organização evidenciou. Foi realizado, ainda, um somatório no eixo horizontal para verificação do número total de ocorrências de cada elemento, o que informa quantas organizações evidenciaram o elemento em análise. Na seqüência foi calculada a freqüência, em termos percentuais, com que cada elemento foi divulgado. Após esse cálculo, foi efetuado o somatório dos percentuais de cada grupo, dividindo esse valor pelo total dos percentuais dos três grupos, a fim de

identificar a categoria mais representativa de CI (capital externo, interno ou competência dos funcionários).

A Tabela 1 ilustra a matriz utilizada para a compilação e cálculos dos dados anteriormente mencionados.

Tabela 1: Matriz desenhada para análise dos dados.

CATEGORIAS E ELEMENTOS	EMPRESAS			TOTAL	%
	1	2	... 14		
1 Capital Interno					
1.1 Propriedade Intelectual					
1.1.1 Patentes					
1.1.2 Direitos Autorais					
1.1.3 Marcas Registradas					
1.2 Recursos de Infra-estrutura					
1.2.1 Filosofia Gerencial					
1.2.2 Cultura corporativa					
1.2.3 Processos Gerenciais					
1.2.4 Sistemas de Informação					
1.2.5 Sistemas de Relacionamentos					
1.2.6 Relações Financeiras					
2 Capital Externo					
2.1 Marcas					
2.2 Clientes					
2.3 Fidelidade de Clientes					
2.4 Nome da Companhia					
2.5 Canal de Distribuição					
2.6 Colaboração dos negócios					
2.7 Acordo Licenciado					
2.8 Contrato Favorável					
2.9 Acordo de franchising					
3 Competência dos Funcionários					
3.1 Know-How					
3.2 Educação					
3.3 Qualificação Vocacional					
3.4 Conhecimento Relacionado ao Trabalho					
3.5 Competências relacionadas ao trabalho					
3.6 Espírito Empreendedor					

Fonte: Carvalho, Ensslin e Igarashi (2006, p. 5)

Para a identificação dos elementos de Capital Intelectual nos Relatórios de Administração (RAs), serão apresentadas abaixo as noções adotadas no presente trabalho.

Elemento	Noção adotada
Patente	É um direito fornecido pelo Estado ao titular para explorar comercialmente a sua criação. Proíbem outros de fabricarem, usarem, venderem a invenção ou modelo de utilidade.
Direitos autorais	É um material de criação intelectual. Como base de dados, obras de desenho, projetos, esboços, dicionários.
Marcas registradas	São sinais distintivos visualmente perceptíveis para distinguir produtos ou serviços, forma nominativa, figurativa, mista, tridimensional e ou certificação. Refere-se a uma posse da empresa.
Filosofia gerencial	É a forma de conduta adotada pela empresa para o processo produtivo.
Cultura corporativa	São as crenças, valores, costumes, ritos, cerimônias, redes de comunicação informal e hábitos.
Processos gerenciais	São formas de gestão empresarial.
Sistemas de informações	Refere-se à infra-estrutura de informática e telecomunicações. Serve para coletar, processar e transmitir dados que são úteis aos usuários. Investimentos e Tecnologia empregada.
Sistemas de relacionamento	Formas de comunicação entre os funcionários.
Relações financeiras	São benefícios fornecidos pela empresa, como seguro e previdência, entre outros.
Marcas	Quando relaciona a marca ao público, como ser reconhecida no país através de prêmios.
Clientes	Quando reconhecer os clientes, sua satisfação, o tratamento destinado a eles.
Fidelidade dos clientes	Quando citar que os clientes são fiéis à empresa. Aumento no número de clientes. O quanto acreditam na empresa.
Nome da companhia	Quando referir-se somente ao nome, relacionando ao público. Projetos. Ações desenvolvidas junto à sociedade
Canal de distribuição	É o caminho seguido pelo produto desde a fabricação até o consumidor final. Refere-se a exportações ou atendimento ao mercado interno. Estrutura empregada para o fornecimento.
Colaboração nos negócios	Trata de parcerias com outras empresas.
Acordo licenciado	É um acordo com autorização de outra entidade
Contrato favorável	É um negócio que traz benefícios a empresa.
Acordo de franchising	São franquias e referência a <i>royalties</i> .
<i>Know-How</i>	São conhecimentos e experiências.
Educação	São iniciativas de educação corporativa para desenvolver os funcionários.
Qualificação vocacional	Refere-se à qualidade dos funcionários
Conhecimento relacionado ao trabalho	É a capacidade dos funcionários, como para formar lideranças internas.
Competências relacionadas ao trabalho	Refere-se à competência dos funcionários.
Espírito empreendedor	É a visão empreendedora do funcionário, como oportunidades de ascensão.

Quadro 2: Noções para identificação dos elementos nos RAS

Fonte: Adaptado de Rotinni (2005, p.21)

Durante a leitura e análise dos relatórios da administração utilizaram-se as noções conforme Quadro 2 para definir se o item pesquisado constava ou não em cada relatório analisado. Itens como, por exemplo, educação foi assinalada quando a empresa citava seus investimentos na educação corporativa, suas iniciativas para o desenvolvimento e a formação de seus funcionários como treinamentos e bolsas de estudo.

Quando a empresa citava suas ações junto à comunidade como ações de educação e esportes o item **Nome da Companhia** foi assinalado e quando citou o plano de cargos e salários ou incentivos financeiros dados a funcionários assinalou-se **Relações Financeiras**.

1.5 DELIMITAÇÃO DA PESQUISA

A amostra da pesquisa é composta por 14 (quatorze) empresas das mais diversas partes do país, sendo que tais empresas representam as maiores concessionárias de distribuição de energia elétrica do país listadas na BM&FBOVESPA.

Os resultados obtidos não são generalizáveis, mostram na verdade uma visão das empresas analisadas quanto ao nível de preocupação demonstrado em seus relatórios de administração, que foi a fonte de pesquisa.

Neste contexto, cumpre estabelecer a afiliação do presente trabalho em termos de: (i) terminologia - será adotada a expressão Capital Intelectual (CI), para se referir ao tema, estando esta terminologia mais vinculada ao enfoque gerencial que a presente pesquisa possui (em se tratando de um enfoque gerencial, esta pesquisa não se preocupa com aspectos de 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 apóia, em busca da agregação de valor organizacional e promoção de sua continuidade; (iii) propósito das informações – tem-se os usuários externos como aqueles a que a pesquisa está destinada; e, (iv) estágio de desenvolvimento da pesquisa em CI – o presente trabalho focaliza a evidenciação voluntária, por acreditar que com essa evidenciação a uma promoção aos olhares externos, para com a organização que tem esta prática.

1.6 ESTRUTURA DO TRABALHO

O presente trabalho está organizado conforme descrição a seguir.

O primeiro capítulo é composto por tema e problema, objetivo geral e específico, justificativa da pesquisa, a metodologia utilizada, os procedimentos para a coleta de dados, enquadramento metodológico, a delimitação da pesquisa, a amostra e análise de conteúdo.

O segundo capítulo aborda a fundamentação teórica, neste é feita uma revisão sobre ativo, definição de Capital Intelectual e suas classificações, a importância do capital intelectual, a importância da evidenciação e histórico de trabalhos anteriores com a mesma linha de pesquisa.

O terceiro capítulo é a apresentação e discussão dos resultados com as devidas considerações e os resultados alcançados.

No quarto capítulo apresentam-se as considerações finais a cerca dos resultados encontrados.

Finalmente são apresentadas as referências utilizadas para a pesquisa.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

Neste capítulo são abordados os conceitos referentes a ativos, Capital Intelectual e as características que os diferenciam dos demais ativos, buscando-se evidenciar a sua importância segundo diversos pesquisadores. Este capítulo visa essencialmente promover a familiarização com os conceitos apresentados, e de modo geral, facilitar a compreensão do assunto proposto.

Em uma organização podem-se encontrar ativos tangíveis e intangíveis. Para Kayo, Basso (2005, p. 232) “um ativo pode ser Tangível ou Intangível, porém, ele vale o que ele é capaz de gerar no futuro, logo as estratégias definidas por uma empresa, afetam de maneira positiva ou negativa a sua valorização”.

Para Antunes (2002, p. 41):

Cada vez mais, o conhecimento e o gerenciamento dos elementos intangíveis são relevantes para a gestão das empresas, pois o momento atual é caracterizado pela ampla aplicação do recurso do conhecimento pelo homem, que se materializa em novas tecnologias, sistemas e serviços que agregam valor às organizações.

Para Lynn (1998 *apud* CARVALHO, ENSSLIN e IGARASHI, 2006) 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 pelo espírito empreendedor, pelos processos administrativos, pela carteira de clientes entre outros. É neste último tipo de capital - Capital Intelectual (CI) - que esta pesquisa pretende fazer uma intervenção.

2.1 CARACTERIZAÇÃO DE ATIVO

Para se definir o que são Ativos Intangíveis ou Capital Intelectual, julga-se necessário primeiramente definir o que é um Ativo.

Segundo Machado *et al* (2005), ativos são bens e direitos que proporcionam fluxos de serviços ao longo do tempo, podendo ser de consumo (serviços de habitação) e monetário (ativos financeiros).

Há características fundamentais para um item ser considerado ativo. Como afirmam Hendriksen e Van Breda (1999), “as características para identificação de ativos estão relacionadas a benefícios futuros, propriedade, posse ou controle e os direitos específicos exclusivos a uma entidade”.

Segundo Sprouse e Moonitz (1962 *apud* MACHADO *et al.*, 2005, p. 94), “ativos representam benefícios esperados, direitos que foram adquiridos pela entidade como resultado de alguma transação corrente passada.” Mas pode-se inserir nesta declaração que os bens podem, além de ser adquiridos, serem criados pela própria organização. Para a FASB, esses benefícios futuros são características essenciais dos ativos. Sobre esses há direitos, que devem ser positivos, pois se nulos ou negativos não são ativos.

Dentre outros conceitos pode-se relacionar entre eles o de Iudícibus (1997 *apud* MACHADO *et al.*, 2005, p. 95)

A característica fundamental é sua capacidade de prestar serviços futuros à entidade que os têm, individualmente ou conjuntamente com outros ativos e fatores de produção, capazes de transformar, direta ou indiretamente, em fluxos líquidos de entradas de caixa. Todo ativo representa, mediata ou imediatamente, direta ou indiretamente, uma promessa futura de caixa.

Para Martins (1972 *apud* MACHADO *et al.*, 2005, p. 96), ativos são “o futuro resultado econômico que se espera obter de um agente.” O termo agente é qualificado como ativo.

Diante desses conceitos, Machado et al. (2005) define ativo como sendo recursos controlados pela empresa que podem gerar fluxos futuros positivos de caixa.

Neste estudo será considerada a definição de Hendriksen e Van Breda, haja vista que engloba diversas características essenciais aos ativos, quais sejam: benefícios futuros, propriedade, direitos exclusivos e mensuração. É, portanto, o conceito mais abrangente e informativo.

2.2 CAPITAL INTELECTUAL

O que definiria o que é Capital intelectual e o que poderia ser considerado tal ativo?

De acordo com Schmidt, 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”. No entanto, alguns ativos não possuem tangibilidade e são classificados como tal (por exemplo, as aplicações financeiras).

Para Famá e Perez (2006, p. 14), “ativos intangíveis podem ser definidos como um conjunto estruturado de conhecimentos, práticas e atitudes da empresa que, interagindo com seus ativos tangíveis, contribui para a formação do valor das empresas”.

Uma definição mais adequada é a de Kohler (*apud* Iudícibus, 2004), que define intangível como ativos que não têm existência física, tendo valor limitado aos direitos e benefícios que, antecipadamente, sua posse traz ao proprietário.

Famá e Perez (2006) definem capital intelectual como um direito a benefícios futuros que não possui corpo físico ou financeiro, que é criado pela inovação, por práticas organizacionais e pelos recursos humanos.

A definição de Schmidt, Santos (2002) é mais generalizável, visto que os intangíveis são conceituados apenas como bens não materiais. Iudícibus (2004) acrescenta a informação de que são ativos que trazem benefícios futuros. Por sua vez, Lev (2001) acrescenta à definição de Iudícibus (2004) a informação de que são criados pelas práticas da entidade.

Segundo Carbone et al. (2006), capital intelectual é o conjunto composto por marcas registradas, patentes, direitos autorais, direitos exclusivos para comercialização, tecnologia utilizada no processo de produção, portfólio de clientes, competência dos funcionários, flexibilidade e capacidade de inovação, banco de dados, perfil de gestão e liderança, que deverão ser mensurados e aplicados em conformidade com os objetivos organizacionais.

Considera-se, para este estudo, que a definição de ativos intangíveis de Kayo é a mais adequada, visto que o conceito é o somatório do conhecimento e práticas empresariais aos bens materiais, formando assim, o capital intelectual. Essa definição vai ao encontro do pensamento de Sá (2000), que propõe a seguinte definição: “o patrimônio imaterial das empresas é um resultado do aumento de funções do próprio capital material e dos agentes que sobre o mesmo atuam para dinamizá-lo e aumentar-lhe a capacidade de utilidade ou eficácia”.

Para Edvinsson e Malone (1998) o capital Intelectual se divide em: Capital Humano, que é a capacidade, conhecimento, habilidade e experiências individuais dos empregados e gerentes; Capital Estrutural, que pode ser descrito como: arcabouço, o *empowerment*, e a infra-estrutura que apóiam o capital humano. O Capital Humano constrói o Capital Estrutural, mas, quanto melhor for seu Capital Estrutural, maiores as possibilidades de que seu Capital Humano seja melhor; Capital de Clientes, elementos que dizem respeito ao relacionamento da empresa com os clientes e que lhe agregam valor (EDVINSSON, MALONE, 1998, p.32).

No rol do Capital Intelectual, destaca-se a capacidade mental e coletiva dos empregados e gerentes que compõem as organizações. Difícil de identificar e distribuir de maneira eficaz dentro das empresas. No entanto, ao descobrir e explorar tal capacidade a organização possui um poderoso instrumento que pode conduzir a organização ao sucesso. (STEWART, 1998).

O crescimento da importância dos ativos intangíveis faz com que a contabilidade tradicional comece a preocupar-se efetivamente com a mensuração e avaliação desses ativos. (FREY, 2002, p. 48)

Com a necessidade de informações cada vez mais precisas o Capital Intelectual ganha força. Como resposta, percebemos que o modelo tradicional de “contabilidade”, que por muito tempo descreveu com tanto brilho as operações das empresas, não tem conseguido acompanhar a revolução que está ocorrendo no mundo dos negócios. (EDVINSSON e MALONE, 1998, p.1)

As operações de compra, venda, incorporações e fusões de empresas, que vêm acontecendo nos últimos anos, comprovam a valorização dos intangíveis. Através dessas negociações entre empresas, constatam-se um acréscimo de valor substancial, da marca, imagem, posição comercial, fidelidade de clientes e outros. (BIAZZI *et al*, 2004, p.21)

Os intangíveis possuem algumas características, conforme destaca Machado *et al.*(2005, p. 99):

- Inexistência de usos alternativos: os ativos intangíveis não podem ser transferidos a usos alternativos, exceto as marcas, como a Disney;
- Inseparabilidade: os ativos intangíveis não podem ser separados da entidade como um todo ou de seus ativos físicos, exceto para os direitos autorais, marcas e patentes, que podem ser vendidos separadamente; e
- Incerteza quanto à recuperação: possuem alto grau de incerteza a respeito do valor dos benefícios futuros, como por exemplo, o retorno do valor investido em um equipamento especializado em um novo laboratório de pesquisa.

Por seu turno, Reilly e Schweih (1998 *apud* FAMÁ, PEREZ, 2006, p. 14), enfatizam outras características pertinentes aos intangíveis, como:

- Deve ser passível de identificação específica e descrição reconhecível;
- Deve estar sujeito à existência, proteção legal e ao direito de propriedade privada;
- Deve haver evidência tangível, como contrato específico, licença de uso, registro;
- Deve ser resultado de um evento identificável;
- Deve estar sujeito a ser destruído ou cancelado em um momento identificável.

Além dessas, Schnorrenberger (2005), descreve algumas características diferenciadoras em relação aos tangíveis, quais sejam: grande potencial em criar valor, promoção de efeitos de rede, capacidade de alavancar retornos, uso simultâneo por múltiplas pessoas, existência de risco de insucesso e de fraudes na mensuração, aumentam seu valor pelo uso, limite determinado pelo mercado e, por fim, controle mais difícil.

Para Davenport e Prusak (1998), o conhecimento – fonte de capital intelectual organizacional – não é novo. Emergente é o ato de reconhecer o conhecimento como um ativo intangível e gerenciá-lo de modo a transformá-lo em um diferencial competitivo.

Conhecer as características pertinentes ao capital intelectual, apresentadas nesta seção, contribui para melhor identificação dos elementos, facilitando a leitura dos relatórios administrativos.

2.2.1 Classificações de Capital Intelectual

Ao analisar a literatura é possível verificar um consenso a cerca de Capital Intelectual sendo que os autores divergem quanto aos componentes e divisão dos elementos.

Para Brooking (1996 *apud* Antunes, 2000) o Capital Intelectual está dividido em 4 categorias: Ativos de Mercado, Ativo Humano, Ativos de Propriedade Intelectual e Ativos de Infra-Estrutura com seus respectivos elementos conforme Quadro 3.

Capital Intelectual		
BROOKING	Ativos de Mercado	Marca, Clientes, Lealdade dos Clientes, Negócios Recorrentes, Negócios em Andamento, Canais de Distribuição.
	Ativo Humano	<i>Expertise</i> , Criatividade, Conhecimento, Habilidade para resolver problemas, Aspectos coletivos e dinâmicos.
	Ativos de Propriedade Intelectual	<i>Know-How</i> , Segredos Industriais, <i>Copyright</i> , Patentes, Design.
	Ativos de Infra-Estrutura	Cultura Organizacional, Sistema de Informação, Métodos gerenciais, Aceitação ao risco, Banco de Dados de Clientes.

Quadro 3: Classificação de Capital Intelectual proposta por Brooking

Fonte: Adaptado de Brooking (1996 *apud* Antunes 2000)

A Classificação de Edvinson e Malone (1998) é a mesma de Stewart (1998) onde se faz uma divisão em duas categorias sendo uma de Capital Humano e a segunda de Capital Estrutural conforme Quadro 4 e Quadro 5.

Capital Intelectual		
EDVINSSON E MALONE	Capital Humano	Conhecimento, Habilidade, Inovação, <i>Expertise</i> , Valores, Cultura e Filosofia Empresarial.
	Capital Estrutural	Sistemas Informatizados, Banco de Dados, Estrutura organizacional, Patentes, Marca e elementos que dêem suporte para a produtividade dos empregados, Clientes e relações desenvolvidas com eles.

Quadro 4: Classificação de Capital Intelectual de Edvinsson e Malone

Fonte: Adaptado de Edvinsson e Malone (1998)

Capital Intelectual		
STEWART	Capital Humano	Conhecimento, Habilidade, Inovação, <i>Expertise</i> , Valores, Cultura e Filosofia Empresarial.
	Capital Estrutural	Sistemas Informatizados, Banco de Dados, Estrutura organizacional, Patentes, Marca e tudo o mais que dá suporte para a produtividade dos empregados, Clientes e relações desenvolvidas com eles.

Quadro 5: Classificação de Capital Intelectual de Stewart

Fonte: Adaptado de Stewart (1998)

Sveiby (1998) divide o Capital Intelectual em 3 (três) categorias e 24 elementos conforme Quadro 6.

Capital Intelectual		
SVEIBY	Capital Interno	Estrutura Organizacional, Estrutura Gerencial, Estrutura legal, Sistemas, Pesquisa e Desenvolvimento, <i>Softwares</i> .
	Capital Externo	Marcas, Marcas registradas, Relações com Clientes e Fornecedores, Imagem da Empresa.
	Competência dos Funcionários	Envolve a Capacidade de agir nas mais diversas situações criando ativos Tangíveis e Intangíveis.

Quadro 6: Classificação de Capital Intelectual de Sveiby

Fonte: Adaptado de Sveiby (1998)

A Classificação utilizada neste trabalho para identificar a evidenciação nos relatórios de administração é a proposta por Sveiby conforme Quadro 6.

2.2.1.1 *Capital Interno*

O capital interno compreende os recursos que a organização dispõe para que ocorra um desenvolvimento inclusive do capital humano, são dispositivos que pertencem a empresa. Esse capital é comumente chamado de capital estrutural.

Para Sveiby (1998, p. 93) este define a estrutura interna da empresa e enfatiza a importância de combinação deste com o capital humano.

A estrutura interna é o fluxo de conhecimento dentro de uma organização, as patentes, os conceitos, os modelos e os sistemas de computação e administrativos que servem de suporte para os profissionais envolvidos no processo de criação de conhecimento com os clientes. Como os funcionários se combinam com a estrutura interna para constituir a organização, gerenciar a estrutura interna significa gerenciar a organização. (Sveiby, 1998, p.93)

Por esta razão Rezende (2003, p. 215) defende ser um desafio constante para as empresas converter o Capital Humano, ou seja, aquele capital que se encontra exclusivamente na cabeça do empregado e vai embora com ele, em capital Estrutural para que o conhecimento fique na empresa mesmo com a saída do funcionário.

Dessa forma o capital Interno é o responsável por transmitir compartilhar e principalmente armazenar o conhecimento. Para Stewart (1998) sua importância esta na forma como a empresa consegue transformar e reter o know-how individual em propriedade de um grupo, para o autor o capital estrutural só existe mediante uma estratégia um propósito.

Para Schnorrenberger (2005) a preocupação das organizações para com seu capital interno é digna de muita atenção, sendo que os esforços despendidos habitualmente têm como foco, a busca do atendimento e satisfação de outro importante grupo de ativos intangíveis o Capital de Clientes ou Capital Externo.

2.2.1.2 *Capital Externo*

O capital externo, também citado como capital de clientes por muitos autores reforça a imagem da organização junto a comunidade em que está inserida, ou seja, projetos, o reconhecimento da marca, a fidelidade dos clientes, entre outros

Para Schnorrenberger (2005) o capital de clientes deve ser entendido de maneira ampliada que contemple os aspectos de relacionamentos da empresa, seja este internamente, com os clientes e fornecedores, bem como com a sociedade em geral.

A forma em que a organização se relaciona com seus parceiros e clientes pode determinar o sucesso ou insucesso de uma organização, nesse sentido Backes, Ott e

Wiethaeuper (2005) afirmam que a forma desse relacionamento da organização é que vai determinar não somente o resultado financeiro como também a continuidade dos negócios.

Segundo Stewart (1998) “o capital de Clientes é o valor dos relacionamentos de uma empresa com as pessoas com as quais ela faz negócios”. Sendo que conforme defendido por outros autores é o capital que gera renda a empresa.

Stewart (1998) defende ainda que o capital de Clientes juntamente com o capital Humano cresce à medida que as pessoas sentem-se responsáveis por suas partes dentro da empresa, sendo que deve haver uma interação entre empresa e cliente. Já o capital de Clientes juntamente com o Estrutural cresce à medida que a empresa juntamente com seus clientes aprendem mutuamente.

2.2.1.3 *Competência dos Funcionários*

A Competência dos Funcionários também citado como Capital Humano por diversos autores, para Edvinson e Malone (1998) compreende o conhecimento, as habilidades, a experiência individual dos indivíduos e a capacidade individual, coletiva e inovadora das pessoas dentro da empresa, representa um potencial geração de resultados para a organização.

Sveiby (1998, p.9) cita que “as pessoas são os únicos e verdadeiros agentes na empresa. Todos os ativos e estruturas – quer tangíveis ou intangíveis – são resultados de ações humanas”. Levando – se em consideração o que fala Sveiby podemos então colocar que as pessoas são os principais responsáveis pelo caminho a ser seguido pela empresa, seja este de lucros e crescimento ou de prejuízos e fracasso.

Trata-se de um ativo de suma importância e as empresas precisam investir e utilizar-se desse tipo de capital, nesse sentido Lima (2001) afirma que a empresa que não enxerga a importância dos ativos intelectuais na agregação de valor ao patrimônio e não procura especializar seu Capital Humano com treinamentos, encontra-se em desvantagem competitiva em relação aos concorrentes que adotam essa prática de valorização.

Para Moura *et al.* (2005), o conhecimento agrega valor a organização quando usado de forma inteligente, ou seja, não basta possuir e manipular o Capital Humano e sim utilizá-lo com a aplicação do intelecto.

Para Schnorrenberger (2005) apesar de o Capital Humano constituir-se em pano de fundo de toda organização, sozinho este não garante o sucesso da empresa, é necessário uma

estrutura que permita a empresa colocar em prática suas idéias, ou seja, precisa dentre outros do Capital Estrutural.

2.3 EVIDENCIAÇÃO CONTÁBIL DE CI

A contabilidade através de seus relatórios, obrigatórios ou não, é responsável pelo levantamento de informações que dentre outras finalidades, auxilia na tomada de decisões.

Para Filho (2000), a principal função da Contabilidade é identificar, mensurar e comunicar informações para facilitar a tomada de decisões. O autor acrescenta que a Contabilidade consegue cumprir os seus objetivos quando fornece um conjunto básico de informações para usuários diversificados.

O Conselho Federal de Contabilidade (1994 *apud* OLIVEIRA; PONTE, 2004, p. 8) relata o objetivo da contabilidade como sendo:

[...] prover os usuários com informações sobre aspectos de naturezas econômica, financeira e física do patrimônio da entidade e suas mutações, o que compreende registros, demonstrações, análises, diagnósticos e prognósticos, expressos sob a forma de relatos, pareceres, tabelas, planilhas e outros meios.

Através desses objetivos a contabilidade mensura e evidencia as mais diversas informações.

O termo evidenciação se identifica com os próprios objetivos da Contabilidade, é o meio pelo qual a contabilidade deve cumprir a sua missão, isto é, comunicar aos seus usuários informações relevantes para orientar decisões, conforme Filho (2000).

Para Aquino e Santana (1992, p.1), a “evidenciação significa divulgação com clareza, divulgação em que se compreende de imediato o que está sendo comunicado”. O eficiente processo decisório vai depender da qualidade da evidenciação.

Para Filho (2000), no Brasil, considera-se que o nível de evidenciação vem evoluindo gradativamente, sobretudo no campo das companhias abertas, em função de contribuições da CVM – Comissão de Valores Mobiliários, que tem empreendido esforços para melhorar o poder informativo das demonstrações contábeis. Entretanto, por questão cultural ou influências das legislações tributária e societária, alguns profissionais aderem de forma extremada ao conteúdo das legislações, deixando de produzir informações contábeis com maior potencial de evidenciação.

Indo ao encontro do pensamento de Filho (2000), os autores Oliveira e Ponte (2004) ressaltam que para garantir a qualidade das informações disponibilizadas pelas empresas brasileiras, os órgãos de regulamentação têm empreendido esforços no sentido de definir as informações que devem ser apresentadas nas demonstrações contábeis. Entretanto, nem todas

as orientações têm caráter de obrigatoriedade, tornando-se mais uma questão de ética e responsabilidade corporativa.

As empresas podem adotar diversas formas de evidenciação, no entanto seguindo ainda o raciocínio de Oliveira e Ponte (2004, p.9), “devem fornecer informações em quantidade e qualidade que atendam as necessidades dos usuários das demonstrações contábeis”. Seguindo este raciocínio concluímos que o relatório precisa apresentar clareza, transparência, objetividade, informações relevantes e fidedignas que permitam aos usuários realizar seus julgamentos de forma mais acertada.

O nível de evidenciação vem evoluindo significativamente, principalmente entre as companhias de capital aberto, a CVM é a principal responsável por essa melhora já que tem empreendido esforços com o intuito de melhorar o poder informacional dos demonstrativos contábeis (DIAS, 2000), sendo que mesmo com esses esforços ainda há muitas empresas que evidenciam somente o que está definida em lei.

Antunes, Leite e Guerra (2007) destacam que o conteúdo das informações contidos nos demonstrativos contábeis elaborados de acordo com a legislação vigente, encontra-se desatualizado por não computar os recursos intangíveis que hoje figuram como elementos indispensáveis para a competitividade empresarial. As informações divulgadas pelas empresas não devem se limitar ao que a legislação determina e sim informar e fornecer aos usuários a que se propõem informações que satisfaçam as necessidades destes usuários.

Segundo Lanzana (2004), algumas empresas do mercado de capitais adotam a postura de divulgar informações voluntárias com o objetivo de captarem recursos de investidores, apresentarem diferenciais perante a concorrência, serem avaliadas de forma mais adequada, além de manterem um bom relacionamento com o mercado pautado na transparência dos negócios.

Empresas que se utilizam de uma evidenciação mais completa e não somente restrita ao que determina a legislação, possuem uma vantagem competitiva conforme já mencionado anteriormente.

2.3.1 Evidenciação Voluntária e Compulsória

Com um mercado dinâmico, investidores e tomadores de decisão cada vez mais exigentes, as organizações vem sentindo a necessidade crescente de evidenciação de aspectos econômicos, financeiros, contábeis e sociais. Essa necessidade é atendida pela publicação das

demonstrações contábeis e também através de relatórios cada vez mais bem elaborados. Eles atendem não somente o ambiente interno da organização como também ao público externo e a sociedade como um todo.

Para suprir essa demanda, os órgãos de regulamentação têm realizado esforços no sentido de determinar as informações que devem ser divulgadas pelas companhias abertas.

Wong e Ho (2003) explicam que a divulgação compulsória e a divulgação espontânea complementam-se em realçar o funcionamento total do mercado. Nesse sentido, Gourlat (2003, p. 59) esclarece que “estariam as empresas pautando sua divulgação não somente pela legalidade, mas também por princípios éticos de transparência e equidade no atendimento às demandas dos diferentes usuários da informação.”

As informações voluntárias estão sendo divulgadas de forma crescente uma vez que as informações tradicionais parecem não atender as necessidades de seus usuários (PONTE, OLIVEIRA e MOURA, 2007).

Sabe-se que as empresas normalmente têm um objetivo e um público alvo na divulgação das informações. A evidenciação do Capital Intelectual tem utilidade para o gerenciamento interno e para a divulgação aos usuários externos, como um complemento as demonstrações contábeis. Desse modo, pode-se admitir que a evidenciação transparente do Capital Intelectual possa interferir no processo decisório interno (tomada de decisões dentro da empresa) e externo (opção dos investidores em adquirir ações de empresas que evidenciam o Capital Intelectual). Cabe ressaltar, que a publicação dessas informações depende da própria empresa (BACKES, OTT e WIETHAEUPER, 2005).

Diante do exposto, percebe-se que o Capital Intelectual, objeto de estudo desta pesquisa, caracteriza-se como uma informação voluntária. Ressalta-se que apesar de ser uma informação voluntária, as informações prestadas sobre o assunto devem ter utilidade para usuários que as examinam.

Para Sveiby (1998) são duas as finalidades de se evidenciar voluntariamente os investimentos e a administração do capital intelectual:

- Na apresentação externa, a empresa se descreve de maneira mais precisa possível para os *Stakeholders* interessados pela informação contábil a fim de que estes possam avaliar a qualidade de sua gerência e o potencial na geração de valor.
- Na apresentação interna, a avaliação é feita para a gerência, que precisa conhecer a empresa para monitorar o seu progresso e tomar medidas corretivas.

Ao divulgar além das informações acessórias obrigatórias, ou seja, divulgar itens não obrigatórios as empresas que tem essa prática mostram-se transparentes e preocupadas com a lisura das informações, além de melhorar sua imagem perante o mercado. No entanto, muitas empresas possuem resistência na divulgação de itens não obrigatórios. A seção seguinte se propõe a discutir justamente esse ponto.

2.3.2 Relutância na divulgação de Informações não Obrigatórias

Conforme já mencionado a evidenciação voluntária de informações não obrigatórias é positiva e valoriza a organização que possui tal prática. No entanto é importante ressaltar que o contrário também pode ocorrer, ou seja, muitas empresas relutam em divulgar inclusive o que é obrigatório, logo, o que não é obrigatório dificilmente será evidenciado por essas organizações.

Para Hendriksen e Van Breda (1999, p. 516) algumas das razões de resistência de divulgação de informações com mais profundidade são:

- a divulgação ajudará os concorrentes, em prejuízo dos acionistas;
- a divulgação integral de informação dá aos sindicatos uma vantagem quando da negociação de salários;
- os investidores não são capazes de compreender as políticas e os procedimentos contábeis, e que a divulgação completa apenas confundirá, em lugar de esclarecer;
- pode haver outras fontes de informação financeira disponíveis para proporcioná-la a um custo mais baixo do que se fosse fornecida pela empresa em suas demonstrações financeiras; e
- a falta de conhecimento das necessidades dos investidores também é apresentada como motivo para limitar a divulgação.

O que podemos perceber explorando o assunto é que passados 10 anos dessa referência de Hendriksen e Van Breda, essa é uma visão conservadora de muitos e muitos gestores ainda nos dias de hoje.

Empresas que possuem altos níveis de governança corporativa, tendem a ter vantagens competitivas. Isso porque, elas já adquiriram o hábito de divulgar suas práticas de gestão, sem no entanto, colocar em risco seus “segredos” industriais. Ou seja, ao divulgar as informações elas dizem “o que” fizeram, mas não “como” fizeram, mantendo assim, em segurança as rotinas “geradoras” de suas vantagens competitivas.

Para Santos (2007, p. 33) o exposto acima pode ser explicado de maneira metafórica da seguinte forma: “quando leva-se um bolo delicioso para uma festa está levando o resultado e não as práticas, que nesse caso seria a receita. Por mais que as pessoas gostem do bolo, só

conhecem o resultado (o bolo) e não poderão fazer um igual porque desconhecem a receita (as práticas)”.

A explicação de Santos deixa clara a importância da evidenciação voluntária de informações sem a preocupação de valorizar a concorrência pelo contrário seguindo o exemplo o concorrente tende a gostar do bolo, porém não terá a receita.

2.3.3 Formas de Evidenciação

As formas de evidenciação são as mais variáveis. No entanto cabe ressaltar que é importante que atendam quantitativamente e qualitativamente aos usuários a que se destinam.

Sobre as várias formas de realizar a evidenciação contábil, Hendriksen e Van Breda (1999, p. 524) e Iudícibus (2004, p. 126) destacam as seguintes:

- a) forma e apresentação das demonstrações contábeis;
- b) informação entre parênteses;
- c) notas explicativas;
- d) quadros e demonstrativos suplementares;
- e) comentários do auditor; e
- f) relatório da administração.

Para Hendriksen e Van Breda (1999, p. 513) “a divulgação fora das demonstrações financeiras propriamente ditas desempenha um papel muito importante no mercado global”. Sobre o elo da evidenciação com os objetivos da Contabilidade, Iudícibus (2004, p. 123) comenta que, “na verdade, o *disclosure* está ligado aos objetivos da Contabilidade, ao garantir informações diferenciadas para os vários tipos de usuários.”

Diante do abordado sobre a evidenciação, pode-se inferir que a Contabilidade deve prover aos usuários informações úteis para a tomada de decisão. Esta pesquisa analisará os dados evidenciados no Relatório da Administração pelo fato de ser uma demonstração contábil acessível e de fácil entendimento. Além disso, é no Relatório da Administração que as empresas costumam divulgar aspectos contábeis não monetários.

2.3.4 Relatório da Administração

O Relatório da administração além de ser um complemento precioso as demonstrações contábeis, constitui o grupo de informações que devem ser divulgado na prestação de contas das companhias abertas, previsto no art. 133 da Lei nº 6.404/76, está o Relatório da Administração (RA).

Sobre o Relatório da Administração, Iudícibus e Marion (1999, p. 75) comentam que, “após a identificação da empresa, na publicação das demonstrações financeiras, destaca-se, em primeiro plano, o Relatório da Administração, em que a diretoria dará ênfase às informações normalmente de caráter não financeiro (não monetário).”

O Relatório da Administração, de acordo com Iudícibus, Martins e Gelbcke (2000, p. 398), “representa um necessário e importante complemento às demonstrações financeiras publicadas por uma empresa, em termos de permitir o fornecimento de dados e informações adicionais que sejam úteis aos usuários no seu julgamento e processo de tomada de decisões”.

De acordo com a Lei nº 6.404, art. 133, de 15 de dezembro de 1976, o Relatório Anual deve ser publicado juntamente com as demonstrações contábeis tradicionais do encerramento do exercício social, devendo conter as seguintes informações (IUDÍCIBUS, MARTINS e GELBCKE, 2007, p. 458):

- a) aquisição de debêntures de sua própria emissão (art. 55, § 2º);
- b) política de reinvestimento de lucros e distribuição de dividendos constantes de acordo de acionistas (art. 118, § 5º);
- c) negócios sociais e principais fatos administrativos ocorridos no exercício (art. 133, inciso I);
- d) relação dos investimentos em sociedades coligadas e/ou controladas evidenciando as modificações ocorridas durante o exercício (art. 243).

Para Backes, Ott e Wiethaeuper (2005) os Relatórios da Administração podem levar aos *Stakeholders* informações precisas a cerca do Capital Intelectual, já que são relatórios menos técnicos e abrangem informações espontâneas. Assim com essas informações é possível aprimorar o processo de tomada de decisão além de possibilitar o apoio a contabilidade na evidenciação de informações que possam contribuir na avaliação de tendências e predições futuras a cerca das empresas.

A publicação do Relatório da Administração pelas empresas, além de obrigatório para as companhias abertas, é essencial na prestação de contas da gestão empresarial, no intuito de complementar as demonstrações contábeis.

2.4 TRABALHOS ANTERIORES

As pesquisas abaixo mencionadas tiveram o objetivo de verificar a evidenciação voluntária de CI em suas respectivas amostras. Em sua maioria fazem parte de pesquisas realizadas por pesquisadores da Universidade Federal de Santa Catarina (UFSC) a exceção da

pesquisa de Backes, Ott e Wiethaeuper (2005) pertencente a um estudo da Universidade do Vale do rio dos Sinos (Unisinos).

Backes, Ott e Wiethaeuper (2005) realizaram a pesquisa “Informações sobre Capital Intelectual evidenciados pelas companhias abertas listadas no Nível 1 de Governança Corporativa da Bovespa” sendo que na referida pesquisa o Capital Estrutural aparece com maior destaque de evidenciação.

Carvalho (2006) apresentou a pesquisa “A Evidenciação Voluntária do Capital Intelectual: uma análise de conteúdo nos anos 2000, 2002 e 2004 dos relatórios de Administração de companhias brasileiras, com maior receita líquida segundo a Bovespa”. Os resultados do referido estudo apontaram para uma alta incidência voluntária de CI; forte tendência de evidenciação em termos qualitativos (Narrativa) e não quantitativo; maior frequência de evidenciação para Capital Externo.

No mesmo ano Carvalho, Ensslin e Igarashi (2006) realizam a pesquisa “A Evidenciação Voluntária de Capital Intelectual no contexto brasileiro: cotejamento com os contextos internacional e australiano”. Os resultados apontam para alta incidência de divulgação voluntária de CI nos relatórios das empresas brasileiras; Capital Externo como a categoria mais representativa; tendência para evidenciação em termos qualitativos (narrativa); similaridade nos resultados obtidos tanto no contexto brasileiro quanto no contexto internacional; a discrepância da pesquisa ficou por conta dos resultados obtidos no contexto nacional com o australiano.

Santos (2007) apresentou a pesquisa “Informações voluntárias sobre Capital Intelectual evidenciadas em Relatórios da Administração: uma análise das maiores companhias abertas da região Sul do Brasil”. Os resultados apontam Capital Estrutural como o mais evidenciado e de forma narrativa.

No mesmo ano, Rottini (2007) realizou a pesquisa “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”. Os resultados apontam Capital Externo com maior evidenciação nos dois anos; alta incidência de evidenciação voluntária com ênfase na forma narrativa; e que houve aumento na redução de evolução da evidenciação de 2004 para 2006.

Reina, Vicente e Ensslin (2008) apresentam a pesquisa “Capital Intelectual: uma análise comparativa da evidenciação voluntária em empresas de governança corporativa no ano de 2006. Os resultados apontam que as empresas possuem índice de 87% de

evidenciação; a categoria Competência dos Funcionários teve maior representatividade. Comparando as empresas Nível I e as do Novo Mercado, o elemento Processos Gerenciais foi evidenciado pelos dois segmentos; no segmento Novo Mercado a categoria Capital Interno foi a mais representativa com 41% de evidenciação.

Mais voltado a área ambiental, Silva (2008) divulga o trabalho intitulado “Evidenciação do Capital Intelectual de natureza social e ambiental: estudo nos relatórios anuais e nos sites das empresas listadas no programa “Em Boa Companhia” da Bovespa”. Os resultados apontam para maior evidenciação de elementos de origem ambiental pelas empresas da amostra. A Estrutura Interna apresenta-se como a categoria de CI com maior representatividade nas duas fontes de coleta de dados na análise ambiental; na análise social dos relatórios anuais a Estrutura Interna também foi a categoria com maior representatividade; na análise social dos *sites*, a Estrutura Externa é quem possui maior representatividade de evidenciação.

Seguindo a mesma linha de Silva (2008), Borges (2008) divulgou a pesquisa intitulada “Evidenciação voluntária das práticas em desenvolvimento sustentável: um estudo nas grandes empresas brasileiras de papel e celulose”. Os resultados apontam que das práticas voltadas para a sustentabilidade ambiental 74% foram divulgadas nos *sites* e nos relatórios de sustentabilidade; 14% somente nos relatórios de sustentabilidade; e 12% somente nos *sites*.

Por fim, Amaral (2008), divulgou a pesquisa intitulada “Evidenciação Voluntária do Capital Intelectual nos maiores Bancos do Brasil: um estudo nos relatórios anuais de 2006 e 2007”. Os resultados apontam para uma incidência média de 56% de evidenciação voluntária; Competência dos Funcionários como categoria mais representativa para os dois anos; uma predominância de evidenciação de forma narrativa; e houve um aumento no percentual de evidenciação de um ano para o outro.

Este trabalho é relevante e se diferencia dos trabalhos anteriores. È o primeiro trabalho realizado com 5 anos de análise de dados. Possui uma amostra e um setor específicos. Analisa a evidenciação de CI dentro do setor de energia elétrica. Avalia o comportamento dentro deste setor com relação a evidenciação e sua evolução. Foi possível ainda avaliar a evolução com relação às categorias mais evidenciadas e o comportamento dessas evidenciações.

3 APRESENTAÇÃO DOS RESULTADOS

Neste capítulo são apresentados os resultados de evidenciação voluntária de Capital Intelectual nos relatórios das empresas distribuidoras de energia elétrica que atendem acima de 1 milhão de unidades consumidoras nos anos de 2003 a 2007.

O capítulo está assim estruturado:

- Relatos (trechos) localizados nos RA's
- Estudo dos períodos – 2003 a 2007
- Comparativo geral, definição de empresa que mais evidenciou, a que menos evidenciou, categoria mais representativa e evolução na evidenciação.
- Elementos não pertencentes à amostra.

3.1 EVIDENCIAÇÃO DE CAPITAL INTELECTUAL NA AMOSTRA

Durante os anos de 2003 a 2007 as empresas distribuidoras de energia elétrica se utilizaram de evidenciação textual (narrativa). Na pesquisa adotou-se um parâmetro conforme Quadro 2 (página 21) para associar e definir a evidenciação ou não de cada elemento. A seguir são reproduzidos trechos que ilustram a forma de evidenciação e mostram a forma de associação empregada. O objetivo é ilustrar como os elementos são divulgados nos relatórios da Administração.

Capital Interno:

Patente, Direitos Autorais e Marcas Registradas:

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:

O pacto da Celesc com a eficiência e a qualidade foi construído em mais de cinquenta anos de existência e, recentemente, teve novo avanço com a implantação de um modelo de gestão compartilhada, inédito entre as empresas públicas do Setor Elétrico, **baseado nos princípios de profissionalização, governança corporativa, transparência da**

informação e blindagem a possíveis ingerências políticas. (CELESC, Relatório da Administração de 2007, p. 03).

Cultura Corporativa:

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. 04).

Processos Gerenciais:

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. 04).

Sistemas de Informações:

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:

A Copel promoveu workshop de auto-avaliação de sua gestão, com a participação de diretores, assistentes e assessores de diretoria, superintendentes e profissionais, para identificação dos pontos prioritários para a melhoria de seus processos e práticas gerenciais e para a obtenção de resultados sustentáveis nas dimensões econômica, social e ambiental. Paralelamente, a Diretoria **empreendeu todos os esforços para comunicar a seus empregados as estratégias definidas, com vistas a seu engajamento na execução dos objetivos empresariais propostos.** (COPEL, Relatório da Administração de 2007, p. 05).

Relações Financeiras:

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).

Capital Externo:

Marcas:

A CELPE foi classificada pelos pernambucanos como **a melhor prestadora de serviços públicos do Estado, conforme pesquisa Vox-Populi.** (CELPE, Relatório da Administração de 2007, p. 01).

Cientes:

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. 05).

Fidelidade dos Clientes:

Na pesquisa de satisfação efetuada, junto aos clientes, em 2007, pela Associação Brasileira das Distribuidoras de Energia Elétrica - ABRADDEE, a Coelba registrou novo crescimento no **Índice de Satisfação e Fidelidade com a Qualidade Percebida pelo cliente**. (COELBA, Relatório da Administração de 2007, p. 14).

Nome da Companhia:

O projeto Um Piano na Estrada com músicos convidados, como o pianista Arthur Moreira Lima realizou **concertos gratuitos ao ar livre para a população**. O projeto Dançando no Interior com Carlinhos de Jesus chegou a sete municípios. (LIGHT, Relatório da Administração de 2005, p. 30).

Canal de Distribuição:

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. 05).

Colaboração nos Negócios:

A Celesc **realizou negócios com diversas empresas diferentes**, de diversos segmentos e localidades, sendo elas Consumidores Livres, Geradoras e Comercializadoras de Energia. (CELESC, Relatório da Administração de 2007, p. 04).

Acordo Licenciado:

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).

Contrato Favorável:

Em 2007, ampliando seu leque de negócios, a Celesc finalizou o processo de **aquisição do controle acionário da SCGÁS**, empresa responsável pela distribuição de gás natural em Santa Catarina. (CELESC, Relatório da Administração de 2007, p. 04).

Competência dos Funcionários:

Know-How

O Programa Eficiência do grupo EDP no Brasil visa partilhar experiências e “**know-how**” entre as empresas do grupo, padronizar procedimentos e tecnologias, potencializar uma cultura já existente de gestão eficiente de custos e reforçar o espírito de grupo. (BANDEIRANTE, Relatório da Administração de 2004, p. 11).

Educação:

É objetivo da CEMIG ter e manter um quadro de pessoal com desenvolvimento compatível com as suas necessidades sendo uma preocupação constante a formação, o aperfeiçoamento e especialização de seu pessoal. **Cursos, seminários, congressos, feiras e outras modalidades alcançaram 15.356 participações.** (CEMIG, Relatório da Administração de 2004, p. 11).

Qualificação Vocacional:

A CPFL Paulista tem convicção de que grande parcela de responsabilidade pelos resultados positivos alcançados deve-se, especialmente, à satisfação e à **qualificação profissional de seus colaboradores.** (CPFL, Relatório da Administração de 2004, p. 02).

Conhecimento relacionado ao Trabalho:

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:

Em particular, nosso reconhecimento pelo empenho e **competência dos empregados** e pelo apoio e estímulo dos acionistas, clientes, fornecedores e parceiros. (CELPE, Relatório da Administração de 2003, p. 02).

Espírito Empreendedor:

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).

Os trechos acima identificados ilustram a visão e a preocupação das empresas em divulgar seus investimentos e o seu Capital Intelectual, que passa a ser um de seus maiores patrimônios.

O trecho abaixo foi retirado integralmente do Relatório da Administração da empresa CEMIG e ilustra esse avanço e essa preocupação com o tema.

TRECHO IDENTIFICADO NA COLETA DE DADOS:

VALOR DA MARCA CEMIG

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, p. 06).

Com esse discurso da empresa Cemig conclui-se que as empresas reconhecem o valor de seu Capital Intelectual, preocupam-se e investem cada vez mais nesse capital.

A seguir são apresentados os resultados encontrados nos anos de 2003 a 2007.

3.2 EVIDENCIAÇÃO DE CI – 2003

Nesta seção, apresentam-se os resultados de evidenciação de CI referente ao exercício de 2003.

Os dados foram extraídos através de leitura integral dos relatórios de todas as empresas da amostra, conforme exemplificado no tópico 3.1.

A Tabela 2 exhibe a frequência de evidenciação encontrada nos relatórios de Administração das empresas referente a 2003.

Tabela 2: Frequência de Divulgação de CI - 2003

CATEGORIAS E ELEMENTOS	EMPRESAS 2003														TOTAL	%		
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14				
1 Capital Interno																		
1.1 Propriedade Intelectual	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
1.1.1 Patentes	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	7%	
1.1.2 Direitos Autorais	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	7%	
1.1.3 Marcas Registradas	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	7%	
1.2 Recursos de Infra-estrutura	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-		
1.2.1 Filosofia Gerencial	0	1	1	0	0	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1	7	50%	
1.2.2 Cultura corporativa	1	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	12	86%	
1.2.3 Processos Gerenciais	0	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1	0	1	1	1	9	64%	
1.2.4 Sistemas de Informação	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	12	86%	
1.2.5 Sistemas de Relacionamento	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	1	3	21%	
1.2.6 Relações Financeiras	1	0	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	1	4	29%	
2 Capital Externo																		
2.1 Marcas	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	13	93%	
2.2 Clientes	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	14	100%	
2.3 Fidelidade de Clientes	0	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	10	71%		
2.4 Nome da Companhia	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	11	79%	
2.5 Canal de Distribuição	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	7%		
2.6 Colaboração dos negócios	1	1	0	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	4	29%		
2.7 Acordo Licenciado	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	7%		
2.8 Contrato Favorável	1	0	0	0	0	1	0	0	1	1	1	0	1	0	6	43%		
2.9 Acordo de franchising	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%		
3 Competência dos Funcionários																		
3.1 Know-How	1	0	1	0	0	1	0	0	1	1	1	0	0	0	6	43%		
3.2 Educação	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	10	71%		
3.3 Qualificação Vocacional	1	1	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	1	5	36%		
3.4 Conhecimento Relacionado	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	2	14%		
3.5 Competências relacionada	1	0	0	0	0	0	1	0	0	1	1	0	0	0	4	29%		
3.6 Espírito Empreendedor	1	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	2	14%		
TOTAL	15	10	10	5	2	15	7	9	16	12	12	7	8	11	139			

Fonte: Dados da Pesquisa

A Tabela 2 mostra que no exercício de 2003 todas as empresas da amostra evidenciaram algum elemento de CI, sendo que nenhuma das empresas evidenciou 100% dos elementos pesquisados.

O somatório das 3 categorias pesquisadas (Capital Interno, Capital Externo e Competência dos Funcionários) totalizou 139 ocorrências, o que dá uma média de divulgação de 41% para o exercício de 2003.

No exercício de 2003, destaque para a empresa Copel (9) que do total de 24 elementos, evidenciou 16, uma média de 67%. A seguir com bom percentual de evidenciação no exercício de 2003 estão Ampla (1) e Cemig (6) com evidenciação de 15 elementos (63%). As empresas Cpfl (10) e Piratininga (11) evidenciaram 12 elementos, ou seja, 50%. Em contrapartida as empresas com menor percentual de evidenciação foram Coelba (5) que

evidenciou apenas dois elementos e um percentual de apenas 8% e Celpa (4) com 5 elementos (21%).

O Gráfico 1 demonstra a evidenciação média de cada elemento.

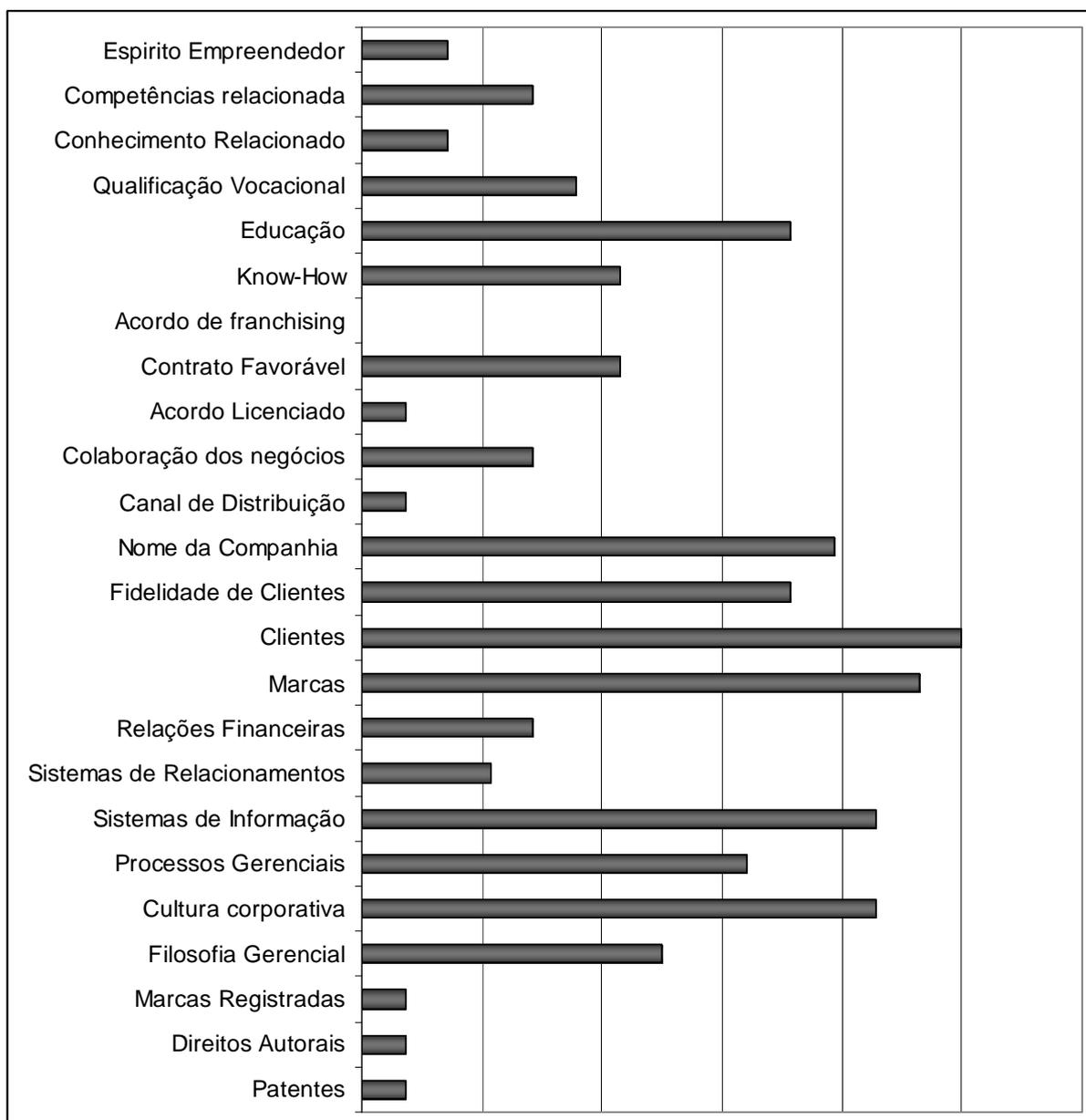


Gráfico 1: Evidenciação de CI por Elementos - 2003

Fonte: Elaboração Própria

O Gráfico 1 demonstra que no exercício de 2003 o elemento mais evidenciado foi Clientes com 100% seguido por Marcas, evidenciado por 13 empresas (93%) e Cultura Corporativa evidenciado por 12 empresas (86%).

Os elementos com menor evidenciação foram Patentes, Direitos Autorais, Marcas Registradas, Canal de Distribuição e Acordo Licenciado com evidenciação em somente uma das empresas da amostra (7%).

O item Acordo de Franchising não foi evidenciado por nenhuma empresa (0%).

3.2.1 Categoria mais Evidenciada – 2003

A matriz desenhada para levantamento de dados possui três categorias, no entanto, elas possuem número diferente de elementos, logo, para que essa comparação seja feita será necessária uma ponderação de valores.

Na Categoria Capital Interno há 9 elementos, caso ocorra 100% de evidenciação totalizaria 126 elementos (9 elementos x 14 Distribuidoras de Energia). De acordo com a análise dos dados 50 elementos no total foram evidenciados. Esse total foi dividido por 126, resultando no percentual de 40%.

Para Capital Externo, se evidenciados 100% dos elementos tem-se o total de 126 evidenciações (9 elementos x 14 Distribuidoras de Energia). O número de elementos evidenciados 60 dividido por 126 perfaz um percentual de 48%.

Na Categoria Competência dos Funcionários, a evidenciação que equivale a 100% apresenta o total de 84 elementos (6 elementos x 14 Distribuidoras de Energia). O total de elementos evidenciados 29 dividido por 84 equivale a um percentual de 35%.

Os resultados obtidos somados ($0,40+0,48+0,35$) fornecem o fator ponderador de 1,23. Os percentuais das categorias divididos pelo fator ponderador resultam nos percentuais de 33% para Capital Interno, 39% para Capital Externo e 28% para Competência dos Funcionários.

Esse procedimento será repetido na análise dos demais anos em estudo. O Gráfico 2 ilustra o percentual de evidenciação por categoria referente a 2003.

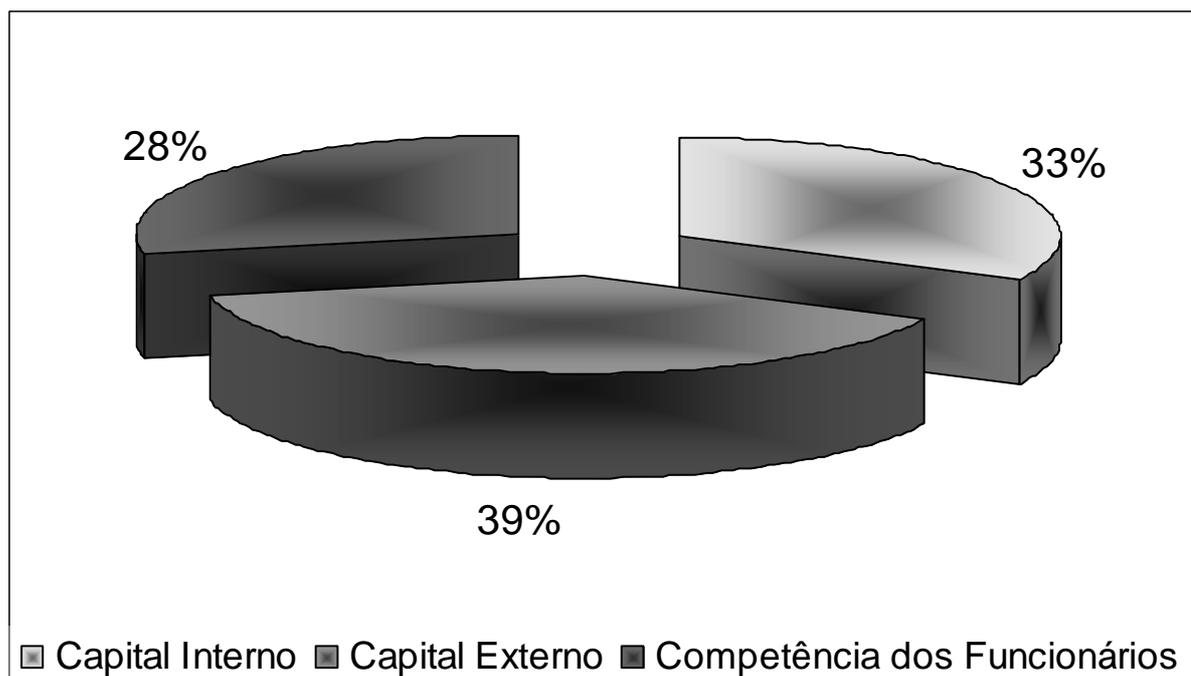


Gráfico 2: Categorias de CI - 2003

Fonte: Elaboração Própria

Conforme ilustrado no Gráfico 2, no ano de 2003 a categoria mais representativa foi Capital Externo com 39% do total evidenciado pelas empresas distribuidoras da amostra. As empresas em estudo possuem em sua totalidade Capital Aberto com ações negociadas na Bolsa. Essa poderia ser uma das explicações para esse resultado já que a imagem da organização torna-se um fator importante na cotação de suas ações.

As categorias Competência dos Funcionários e Capital Interno possuem 28% e 33% respectivamente, o que mostra certo equilíbrio entre as duas.

As três categorias foram evidenciadas sendo que a de menor evidenciação foi Competência dos Funcionários.

3.3 EVIDENCIAÇÃO DE CI – 2004

Nesta seção, são apresentados os resultados de evidenciação pelas 14 empresas distribuidoras de energia elétrica referente ao exercício de 2004.

A Tabela 3 ilustra as frequências identificadas nos relatórios.

Tabela 3: Frequência de Divulgação de CI – 2004

CATEGORIAS E ELEMENTOS	EMPRESAS 2004														TOTAL	%
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14		
1 Capital Interno																
1.1 Propriedade Intelectual	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.1.1 Patentes	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	3	21%
1.1.2 Direitos Autorais	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	7%
1.1.3 Marcas Registradas	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	7%
1.2 Recursos de Infra-estrutura	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.2.1 Filosofia Gerencial	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	10	71%
1.2.2 Cultura corporativa	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	12	86%
1.2.3 Processos Gerenciais	1	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	11	79%
1.2.4 Sistemas de Informação	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13	93%
1.2.5 Sistemas de Relacionamento	1	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	3	21%
1.2.6 Relações Financeiras	0	1	1	0	0	1	0	0	1	0	0	0	0	0	4	29%
2 Capital Externo																
2.1 Marcas	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	13	93%
2.2 Clientes	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	13	93%
2.3 Fidelidade de Clientes	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	13	93%
2.4 Nome da Companhia	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	12	86%
2.5 Canal de Distribuição	0	1	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	4	29%
2.6 Colaboração dos negócios	0	1	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	0	0	5	36%
2.7 Acordo Licenciado	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
2.8 Contrato Favorável	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1	0	0	1	7	50%
2.9 Acordo de franchising	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
3 Competência dos Funcionários																
3.1 Know-How	0	1	1	0	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	10	71%
3.2 Educação	0	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	10	71%
3.3 Qualificação Vocacional	1	1	0	0	1	1	0	1	0	1	1	0	0	1	8	57%
3.4 Conhecimento Relacionado	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	7%
3.5 Competências relacionada	1	1	0	0	0	0	0	0	0	1	1	0	0	1	5	36%
3.6 Espírito Empreendedor	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	0	0	2	14%
TOTAL	11	15	13	6	13	18	8	9	13	12	12	7	10	14	161	

Fonte: Dados da Pesquisa

A Tabela 3 mostra que no exercício de 2004 todas as empresas da amostra evidenciaram algum elemento de CI, sendo que nenhuma delas evidenciou 100% dos elementos pesquisados.

O somatório das 3 categorias pesquisadas (Capital Interno, Capital Externo e Competência dos Funcionários) totalizou 161 ocorrências, o que dá uma média de divulgação de 48% para o exercício de 2004 e um leve crescimento em relação ao exercício anterior.

No exercício de 2004, destaque para a empresa Cemig (6) que do total de 24 elementos, evidenciou 18, uma média de 75%. A seguir com bom percentual de evidenciação está a empresa Bandeirante (2) com 15 elementos (63%). A empresa Light (14) aparece com 14 elementos evidenciados (58%). Em contrapartida as empresas com menor percentual de evidenciação foram Elektro (12) que evidenciou apenas 7 elementos e um percentual de

apenas 29% e com o pior desempenho no período a empresa Celpa (4) com 6 elementos (25%).

O Gráfico 3 demonstra a evidência média para o exercício de 2004.

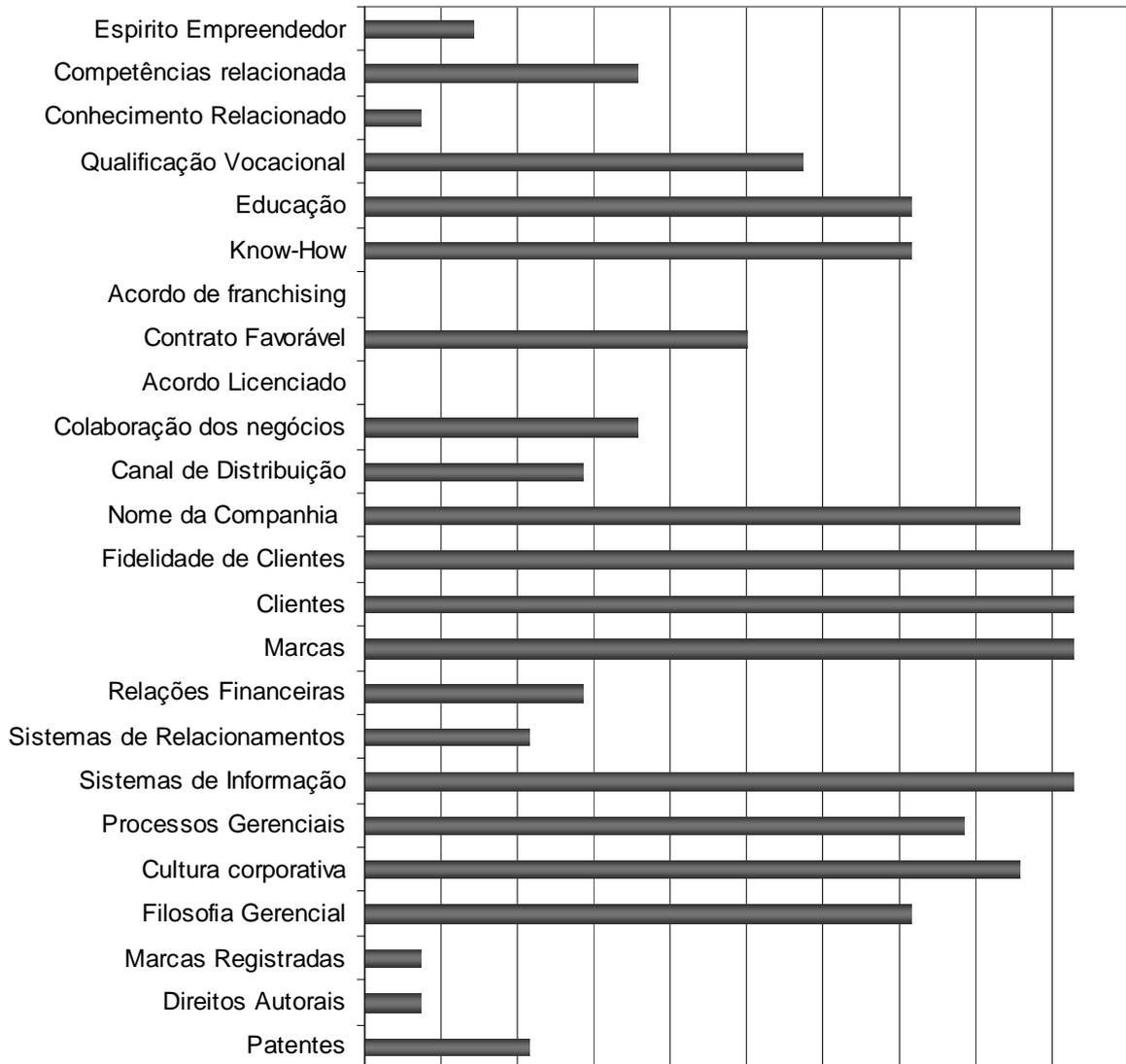


Gráfico 3: Evidenciação de CI por Elementos – 2004

Fonte: Elaboração Própria

O Gráfico 3 ilustra a frequência de evidência de cada elemento e nos permite algumas análises quanto a essas frequências como, por exemplo, os elementos mais evidenciados no ano de 2004 foram: Marca, Clientes e Fidelidade de Clientes, evidenciados por 13 das 14 empresas um percentual de 93%. Em segundo lugar os elementos mais evidenciados foram Cultura Corporativa e Nome da Companhia com 12 abordagens (86%).

Os elementos com menor evidência foram Direitos Autorais, Marcas Registradas e Conhecimento Relacionado ao Trabalho com evidência em somente uma das empresas da amostra (7%).

Os itens Acordo de Franchising e Acordo Licenciado não foram evidenciados por nenhuma empresa (0%).

3.3.1 Categoria mais Evidenciada – 2004

A matriz desenhada para levantamento de dados possui três categorias, no entanto as três categorias possuem número de elementos diferentes, logo, para que essa comparação seja feita será adotado o mesmo procedimento de ponderação conforme descrito no item 3.1.1 referente análise de 2003 para análise de 2004.

Na Categoria Capital Interno há 9 elementos, caso ocorra 100% de evidência totalizaria 126 elementos. De acordo com a análise dos dados, 58 elementos no total foram evidenciados. Esse total foi dividido por 126, resultando no percentual de 46%.

Para Capital Externo, se evidenciados 100% dos elementos teremos o total de 126 evidências. O número de elementos evidenciados 67 dividido por 126 perfaz um percentual de 53%.

Na Categoria Competência dos Funcionários, a evidência que equivale a 100% apresenta o total de 84 elementos. O total de elementos evidenciados 36 dividido por 84 equivale a um percentual de 43%.

Os resultados obtidos somados $(0,46+0,53+0,43)$ fornecem o fator ponderador de 1,42. Os percentuais das categorias divididos pelo fator ponderador resultam nos percentuais de 33% para Capital Interno, 37% para Capital Externo e 30% para Competência dos Funcionários.

Se analisado 2004 em comparação com o ano de 2003, houve um decréscimo para Capital Interno e Externo e aumento de divulgação para Competência de Funcionários.

O Gráfico 4 ilustra o percentual de evidência por categoria referente a 2004.

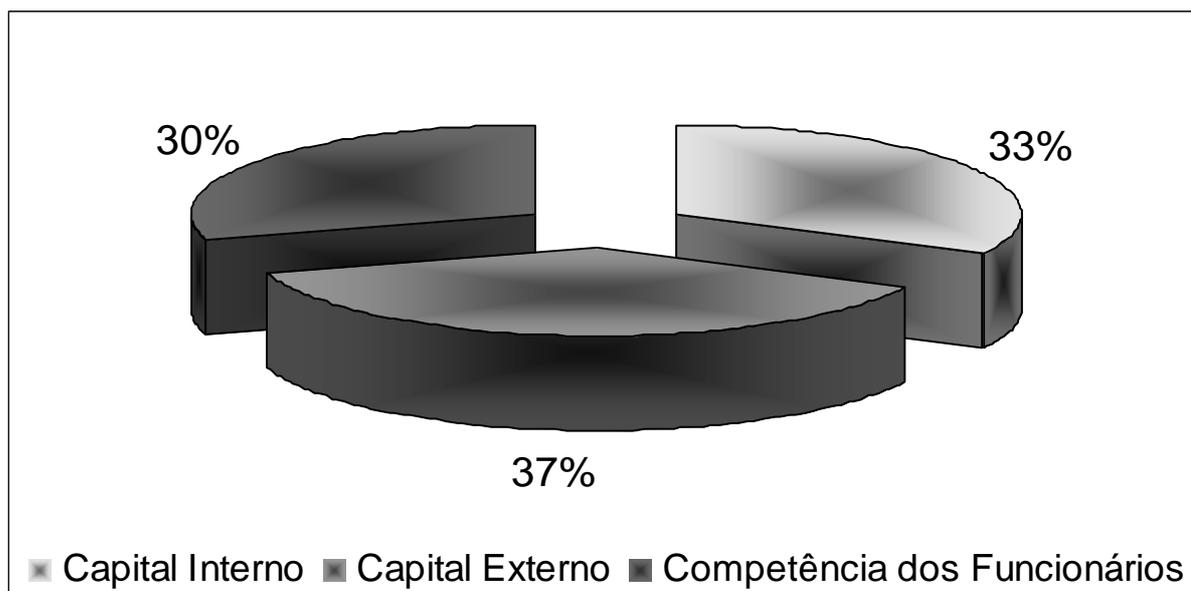


Gráfico 4: Categorias de CI – 2004

Fonte: Elaboração Própria

Conforme ilustrado no Gráfico 4, no ano de 2004 a categoria mais representativa assim como em 2003 foi Capital Externo com 37% do total evidenciado pelas empresas distribuidoras da amostra.

As categorias Competência dos Funcionários e Capital Interno evidenciaram em 2004, 30% e 33% respectivamente, o que mostra certo equilíbrio entre as duas.

As três categorias foram evidenciadas sendo que a de menor evidenciação foi Competência dos Funcionários. No entanto, em relação ao ano de 2003 essa mesma categoria evidenciou um percentual maior, subindo de 28% para 30%.

3.4 EVIDENCIAÇÃO DE CI – 2005

Nesta seção, são apresentados os resultados de evidenciação pelas 14 empresas distribuidoras de energia elétrica referente ao exercício de 2005.

A Tabela 4 ilustra as freqüências identificadas nos relatórios das empresas em estudo relativo ao exercício de 2005.

Tabela 4: Frequência de Divulgação de CI – 2005

CATEGORIAS E ELEMENTOS	EMPRESAS 2005														TOTAL	%
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14		
1 Capital Interno																
1.1 Propriedade Intelectual	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.1.1 Patentes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
1.1.2 Direitos Autorais	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
1.1.3 Marcas Registradas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
1.2 Recursos de Infra-estrutura	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.2.1 Filosofia Gerencial	1	1	1	0	1	1	0	0	1	0	0	0	1	1	8	57%
1.2.2 Cultura corporativa	1	1	1	1	1	1	0	0	1	0	0	0	1	1	9	64%
1.2.3 Processos Gerenciais	1	1	1	0	0	1	1	0	1	0	0	1	1	1	9	64%
1.2.4 Sistemas de Informação	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	13	93%
1.2.5 Sistemas de Relacionamentos	1	0	1	0	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	10	71%
1.2.6 Relações Financeiras	1	1	1	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	1	7	50%
2 Capital Externo																
2.1 Marcas	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	13	93%
2.2 Clientes	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	14	100%
2.3 Fidelidade de Clientes	1	1	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	13	93%
2.4 Nome da Companhia	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	0	1	12	86%
2.5 Canal de Distribuição	0	0	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	2	14%
2.6 Colaboração dos negócios	0	1	1	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	0	5	36%
2.7 Acordo Licenciado	0	0	0	0	0	1	0	0	0	1	0	0	0	0	2	14%
2.8 Contrato Favorável	0	1	1	1	1	1	1	0	1	0	0	1	1	1	10	71%
2.9 Acordo de franchising	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
3 Competência dos Funcionários																
3.1 Know-How	1	1	1	0	0	1	0	1	1	0	0	0	1	1	8	57%
3.2 Educação	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	12	86%
3.3 Qualificação Vocacional	1	1	1	0	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	11	79%
3.4 Conhecimento Relacionado	1	0	0	0	0	1	1	0	0	0	0	0	0	1	4	29%
3.5 Competências relacionada	1	0	0	0	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	9	64%
3.6 Espírito Empreendedor	1	0	0	0	0	1	0	0	0	1	1	0	0	1	5	36%
TOTAL	16	14	15	6	10	19	10	12	14	12	11	8	12	17	176	

Fonte: Dados da Pesquisa

Em 2005 assim como em 2003 e 2004 todas as empresas da amostra evidenciaram algum elemento de CI, sendo que não houve 100% de evidenciação.

O somatório das 3 categorias pesquisadas (Capital Interno, Capital Externo e Competência dos Funcionários) totalizou 176 ocorrências, o que dá uma média de divulgação de 52% para o exercício de 2005 um crescimento de 4 pontos percentuais em relação a 2004 e de 11 pontos percentuais em relação a 2003.

No exercício de 2005, destaque novamente para a empresa Cemig (6) que do total de 24 elementos, evidenciou 19, um a mais em relação a 2004 e uma média de 79%. A seguir com bom percentual de evidenciação no exercício de 2005 está à empresa Light (14) com 17 elementos (71%). A empresa Ampla (1) aparece com 16 elementos evidenciados (67%). Em contrapartida as empresas com menor percentual de evidenciação, assim como em 2004, foram Elektro (12) com 8 elementos e um percentual de apenas 33% e com o pior

desempenho no período, repetindo 2004, a empresa Celpa (4) com 6 elementos (25%). Apesar de serem as empresas que evidenciaram menos em 2005, mantiveram seus índices de evidenciação em relação a 2004.

O Gráfico 5 demonstra a evidenciação média para o exercício de 2005.

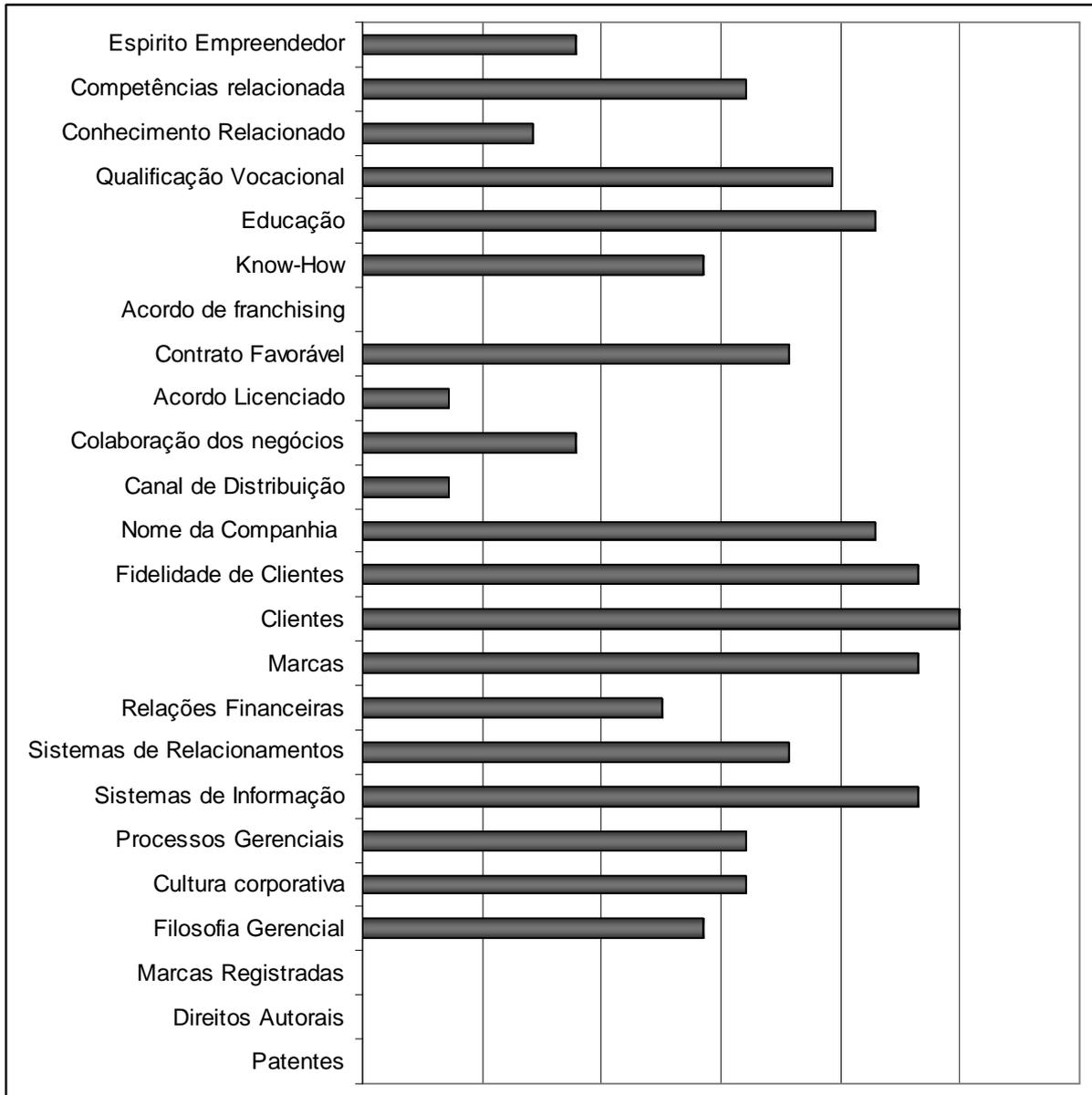


Gráfico 5: Evidenciação de CI por Elementos – 2005

Fonte: Elaboração Própria

O Gráfico 5 ilustra a frequência de evidenciação de cada elemento e permite algumas análises quanto a essas frequências como, por exemplo, o elemento mais evidenciado no ano de 2005 voltou a ser Clientes com 100% de evidenciação assim como em 2003 e 2004. Em

seguida Sistemas de Informação, Marca e Fidelidade de Clientes, evidenciados por 13 das 14 empresas, um percentual de 93%.

Os elementos com menor evidenciação foram Canal de Distribuição e Acordo Licenciado com somente 2 evidenciações cada um (14%).

Os itens Patentes, Direitos Autorais, Marcas Registradas e Acordo de Franchising não foram evidenciados por nenhuma das empresas (0%).

3.4.1 Categoria mais Evidenciada – 2005

Na Categoria Capital Interno de acordo com a análise dos dados 56 elementos no total foram evidenciados, um percentual de 44%.

Para Capital Externo, o número de elementos evidenciados 71 demonstrou um percentual de 56%.

Na Categoria Competência dos Funcionários o total de elementos evidenciados foi de 49 um percentual de 58%.

Os percentuais das categorias divididos pelo fator ponderador (1,58) resultam nos percentuais de 28% para Capital Interno, 35% para Capital Externo e 37% para Competência dos Funcionários.

Se analisada, a evolução entre os anos de 2003 a 2005, é possível concluir que nesse período ocorreu um decréscimo de evidenciação para Capital Interno e Externo e aumento de divulgação para Competência de Funcionários.

O gráfico 6 ilustra o percentual de evidenciação por categoria referente a 2005.

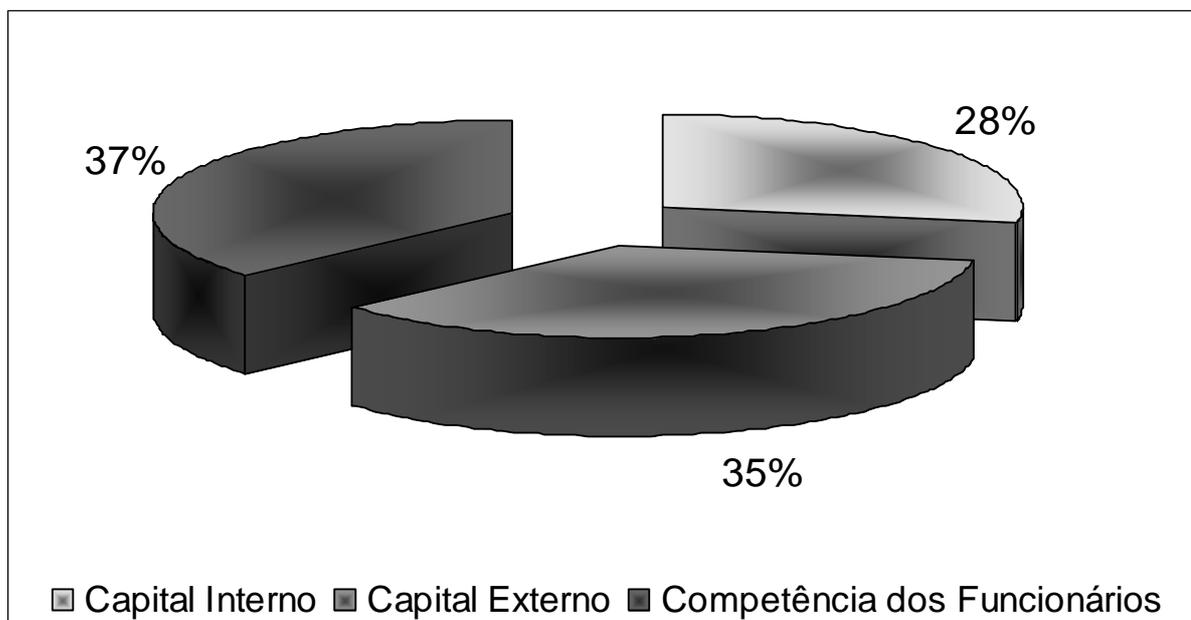


Gráfico 6: Categorias de CI – 2005

Fonte: Elaboração Própria

Conforme ilustrado no Gráfico 6, no ano de 2005 a categoria mais representativa ao contrário de 2003 e 2004 não foi Capital Externo e sim Competência dos Funcionários com 37% do total evidenciado pelas empresas distribuidoras da amostra.

A categoria Capital Externo e Capital Interno evidenciaram em 2005 35% e 28% respectivamente.

As três categorias foram evidenciadas, sendo que houve uma inversão de valores e a categoria mais evidenciada foi Competência dos Funcionários. Nos relatórios da Administração de 2005 foi muito abordada toda a mudança ocorrida no setor elétrico entre 2004 e 2005. Nos relatórios foram relatadas inúmeras iniciativas para que todas as adaptações fossem cumpridas e principalmente, assimiladas da melhor maneira possível por seus funcionários. Essa poderia ser uma explicação para esses resultados.

3.5 EVIDENCIAÇÃO DE CI – 2006

Nesta seção, são apresentados os resultados de evidenciação pelas 14 empresas distribuidoras de energia elétrica referente ao exercício de 2006.

A Tabela 5 ilustra as frequências evidenciadas pelas empresas no exercício de 2006.

Tabela 5: Frequência de Divulgação de CI – 2006

CATEGORIAS E ELEMENTOS	EMPRESAS 2006														TOTAL	%
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14		
1 Capital Interno																
1.1 Propriedade Intelectual	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.1.1 Patentes	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	7%
1.1.2 Direitos Autorais	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	7%
1.1.3 Marcas Registradas	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	1	7%
1.2 Recursos de Infra-estrutura	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.2.1 Filosofia Gerencial	1	1	1	0	1	1	0	1	1	1	1	0	1	1	11	79%
1.2.2 Cultura corporativa	1	0	1	1	0	1	1	1	1	1	1	0	1	1	11	79%
1.2.3 Processos Gerenciais	1	1	1	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	86%
1.2.4 Sistemas de Informação	0	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	12	86%
1.2.5 Sistemas de Relacionamento	0	1	1	0	1	1	0	1	0	1	1	0	1	1	9	64%
1.2.6 Relações Financeiras	1	0	1	0	0	1	0	1	1	0	0	0	1	0	6	43%
2 Capital Externo																
2.1 Marcas	1	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	11	79%
2.2 Clientes	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	14	100%
2.3 Fidelidade de Clientes	1	1	1	0	1	0	1	1	1	1	1	0	1	1	11	79%
2.4 Nome da Companhia	0	1	1	1	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	9	64%
2.5 Canal de Distribuição	0	0	0	0	0	1	0	1	1	0	0	0	0	0	3	21%
2.6 Colaboração dos negócios	0	1	1	0	1	1	1	0	1	0	0	0	1	1	8	57%
2.7 Acordo Licenciado	0	0	0	0	1	1	1	0	1	0	0	0	1	1	6	43%
2.8 Contrato Favorável	1	1	1	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	1	11	79%
2.9 Acordo de franchising	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
3 Competência dos Funcionários																
3.1 Know-How	1	1	1	0	0	1	0	0	1	1	1	0	1	1	9	64%
3.2 Educação	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	13	93%
3.3 Qualificação Vocacional	1	1	1	0	0	1	1	1	1	0	0	1	1	1	10	71%
3.4 Conhecimento Relacionado	1	0	0	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	0	6	43%
3.5 Competências relacionada	1	1	1	0	1	1	1	1	0	0	0	0	1	1	9	64%
3.6 Espírito Empreendedor	1	0	0	0	1	1	1	1	1	0	0	0	1	0	7	50%
TOTAL	14	12	16	6	14	22	14	16	16	11	11	7	17	15	191	

Fonte: Dados da Pesquisa

Em 2006 todas as empresas fizeram alguma abordagem acerca do tema Capital Intelectual, evidenciando algum elemento. Assim como em 2003, 2004 e 2005 não houve 100% de evidenciação por nenhuma das empresas.

O somatório das 3 categorias pesquisadas totalizou 191 ocorrências, o que dá uma média de divulgação de 57% para o exercício de 2006 seguindo uma tendência de crescimento em comparação aos anos anteriores da amostra.

No exercício de 2006, destaque novamente para a empresa Cemig (6) que do total de 24 elementos, evidenciou 22, três a mais em relação a 2005, um crescimento em relação aos anos anteriores e uma média de 92% de evidenciação em 2006. A seguir com bom percentual de evidenciação no exercício de 2006 está a empresa Eletropaulo (13) com 17 elementos (71%). As empresas Celesc (3), Coelce (8) e Copel (9) aparecem com 16 elementos evidenciados (67%). Em contrapartida as empresas com menor percentual de evidenciação

assim como em 2004 e 2005 foram Elektro (12) que evidenciou 7 elementos (um a menos em relação a 2005) e um percentual de apenas 29%. Com o pior desempenho no período repetindo 2004 e 2005 está a empresa Celpa (4) com 6 elementos (25%) repetindo os números de 2004 e 2005.

O gráfico 7 demonstra a evidenciação média para o exercício de 2006.

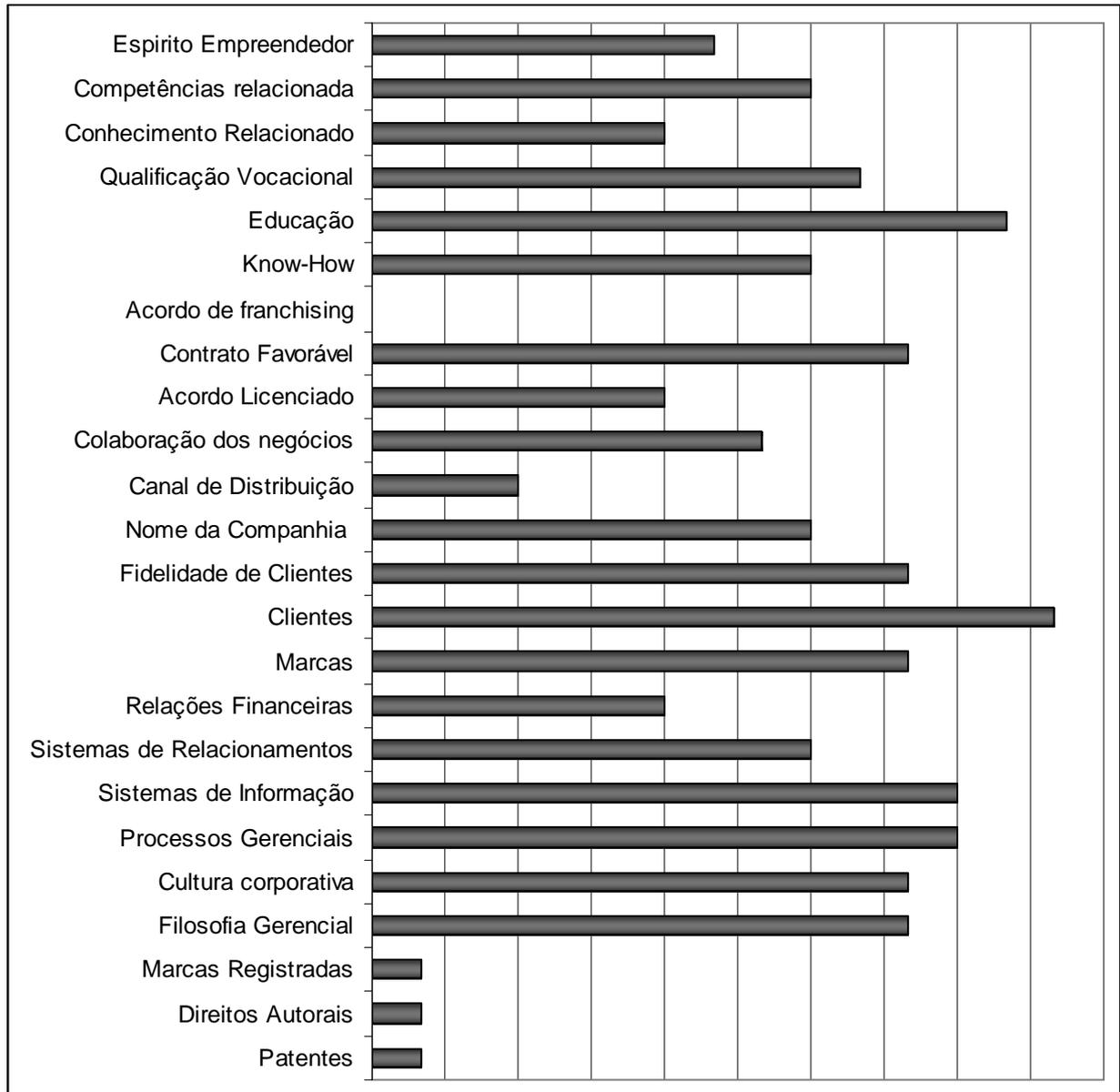


Gráfico 7: Evidenciação de CI por Elementos – 2006

Fonte: Elaboração Própria

No Gráfico 7 observa-se a frequência de evidenciação de cada elemento e permite algumas análises quanto a essas frequências como, por exemplo, o elemento mais evidenciado

no ano de 2006 voltou a ser Clientes com 100% de evidenciação assim como em 2003, 2004 e 2005 seguido por educação com 13 evidenciações e um percentual de 93%.

Os elementos com menor evidenciação foram Patentes, Direitos Autorais e Marcas Registradas com somente 1 evidenciação cada um (7%).

O item Acordo de Franchising não foi evidenciado por nenhuma das empresas (0%) assim como nos anos anteriores.

3.5.1 Categoria mais Evidenciada – 2006

Na Categoria Capital Interno 64 elementos no total foram evidenciados, um percentual de 51%.

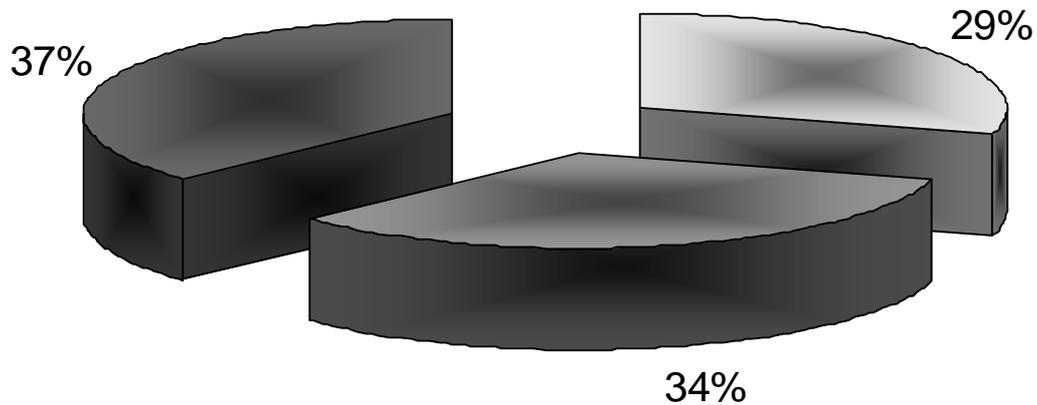
Para Capital Externo, o número de elementos evidenciados 73 demonstrou um percentual de 58%.

Na Categoria Competência dos Funcionários o total de elementos evidenciados foi de 54 um percentual de 64%.

Os percentuais das categorias divididos pelo fator ponderador (1,73) resultam nos percentuais de 29% para Capital Interno, 34% para Capital Externo e 37% para Competência dos Funcionários.

Se analisada, a evolução entre os anos de 2003, 2004, 2005 e 2006 é possível concluir que nesse período ocorreu uma inversão de categoria mais evidenciada, já que nos dois primeiros anos Capital Externo foi o mais evidenciado e já nos dois últimos anos, Competência dos Funcionários acabou sendo mais evidenciado. A categoria Capital Interno foi a que evidenciou menos nos anos de 2003 a 2006.

O Gráfico 8 apresenta o percentual de evidenciação por categorias no ano de 2006.



■ Capital Interno ■ Capital Externo ■ Competência dos Funcionários

Gráfico 8: Categorias de CI – 2006

Fonte: Elaboração Própria

Conforme Gráfico 8, no ano de 2006 a categoria mais representativa ao contrário de 2003, 2004 e repetindo o resultado de 2005 foi Competência dos Funcionários que manteve o índice de 37% do total evidenciado pelas empresas distribuidoras da amostra.

A categoria Capital Externo e Capital Interno evidenciaram em 2006 34% e 29% respectivamente.

3.6 EVIDENCIAÇÃO DE CI – 2007

Nesta seção, apresentam-se os resultados de evidenciação de CI referente ao exercício de 2007.

Os dados foram extraídos assim como em todos os exercícios do estudo, através de leitura integral dos Relatórios da Administração de todas as empresas da amostra.

A Tabela 6 exibe a frequência de evidenciação encontrada no ano 2007.

Tabela 6: Frequência de Divulgação de CI – 2007

CATEGORIAS E ELEMENTOS	EMPRESAS 2007														TOTAL	%
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14		
1 Capital Interno																
1.1 Propriedade Intelectual	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.1.1 Patentes	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
1.1.2 Direitos Autorais	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
1.1.3 Marcas Registradas	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
1.2 Recursos de Infra-estrutura	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
1.2.1 Filosofia Gerencial	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	14	100%
1.2.2 Cultura corporativa	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	12	86%
1.2.3 Processos Gerenciais	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	14	100%
1.2.4 Sistemas de Informação	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	14	100%
1.2.5 Sistemas Relacionamento	1	0	1	0	1	1	0	0	1	1	1	0	1	0	8	57%
1.2.6 Relações Financeiras	1	1	1	1	0	1	0	0	1	0	0	0	1	0	7	50%
2 Capital Externo																
2.1 Marca	1	1	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	12	86%
2.2 Clientes	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	14	100%
2.3 Fidelidade de Clientes	0	1	0	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	11	79%
2.4 Nome da Companhia	0	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	1	12	86%
2.5 Canal de Distribuição	0	1	0	0	0	1	0	1	1	1	1	0	1	0	7	50%
2.6 Colaboração dos negócios	0	0	1	0	1	1	1	1	1	0	0	0	0	0	6	43%
2.7 Acordo Licenciado	0	0	0	0	0	1	1	1	1	0	0	1	0	0	5	36%
2.8 Contrato Favorável	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	13	93%
2.9 Acordo de franchising	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0%
3 Competência dos Funcionários																
3.1 Know-How	1	0	1	0	0	1	0	0	1	1	1	0	1	1	8	57%
3.2 Educação	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	0	1	0	12	86%
3.3 Qualificação Vocacional	1	1	1	1	0	1	1	0	1	0	0	1	1	0	9	64%
3.4 Conhecimento Relacionado	1	0	0	0	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	8	57%
3.5 Competências relacionada	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	1	0	1	1	11	79%
3.6 Espírito Empreendedor	1	1	1	0	1	1	1	0	1	0	0	0	1	0	8	57%
TOTAL	15	14	16	11	15	20	16	13	20	15	15	8	18	9	205	

Fonte: Dados da Pesquisa

Assim como nos anos anteriores da pesquisa, o ano de 2007 demonstrou que todas as empresas fizeram alguma abordagem acerca do tema Capital Intelectual, evidenciando algum elemento. Assim como em 2003, 2004, 2005 e 2006 não houve 100% de evidênciação por nenhuma das empresas.

O somatório das 3 categorias pesquisadas totalizou 205 ocorrências, uma média de divulgação de 61% para o exercício de 2007 seguindo uma tendência de crescimento em comparação aos anos anteriores da amostra.

No exercício de 2007, destaque novamente para a empresa Cemig (6) e para a Copel (9) que do total de 24 elementos, evidenciaram 20, uma média de 83% de evidênciação em 2007. A seguir com bom percentual de evidênciação no exercício de 2007 está a empresa Eletropaulo (13) com 18 elementos (75%). As empresas Celesc (3) e Celpe (7) apareceram com 16 elementos evidenciados (67%). Em contrapartida as empresas com menor percentual

de evidenciação foram Light (14) com 9 elementos e um percentual de 38%, e com o pior desempenho no período ficou a empresa Elektro (12) com 8 elementos (33%).

O Gráfico 9 demonstra a evidenciação média por elementos para o exercício de 2007.

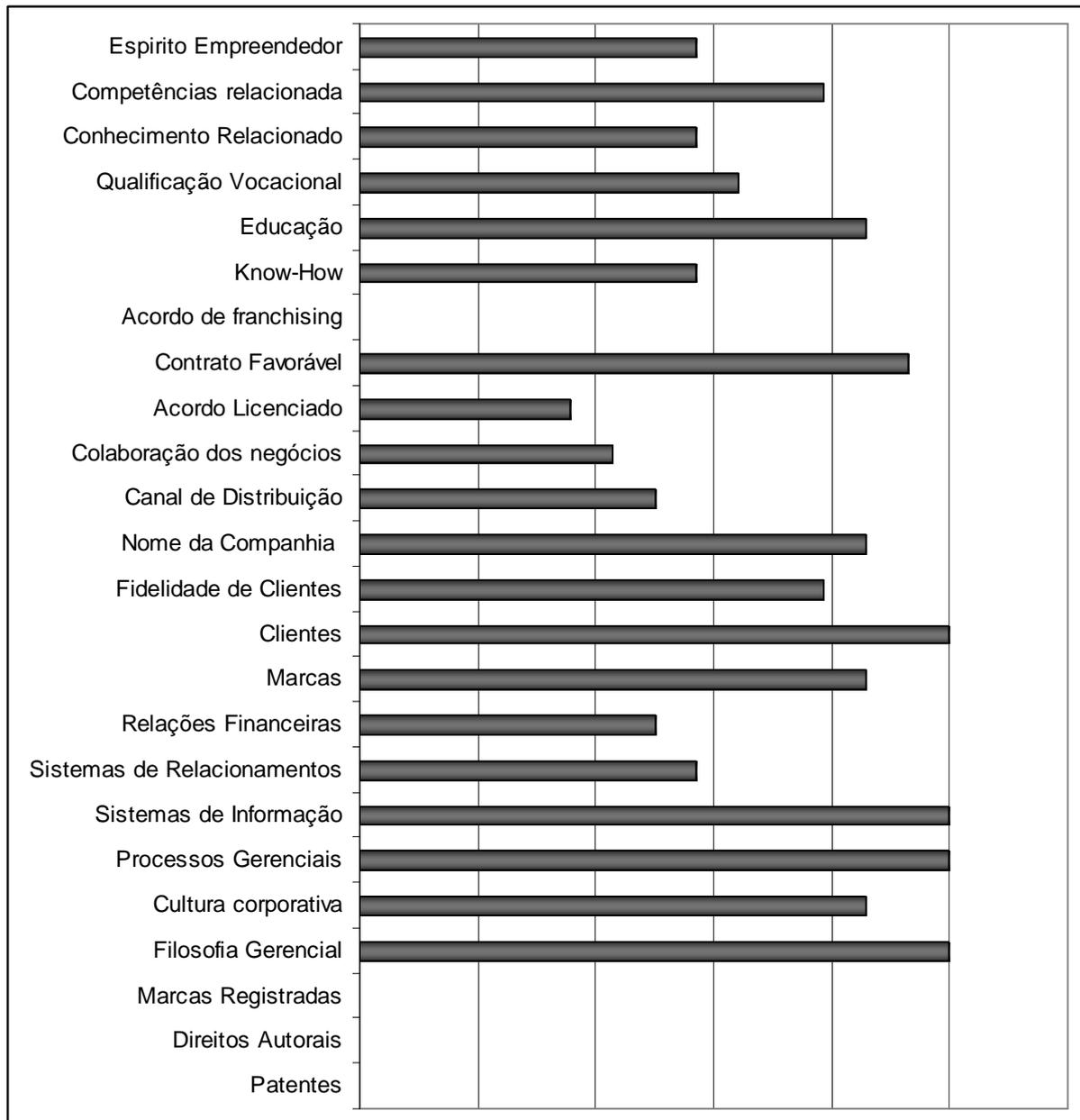


Gráfico 9: Evidenciação de CI por Elementos – 2007

Fonte: Elaboração Própria

No Gráfico 9 observa-se a frequência de cada elemento e permite algumas análises como, por exemplo, 4 itens foram evidenciados por 100% das empresas, estes itens foram:

Filosofia Gerencial, Processos Gerenciais, Sistemas de Informação e novamente assim como nos demais anos o item Clientes.

Com bom percentual de evidenciação, Contrato Favorável foi evidenciado por 13 das 14 empresas, um percentual de 93%.

O elemento com menor evidenciação foi Acordo Licenciado, evidenciado por somente 5 empresas (36%).

Os itens Patentes, Direitos Autorais, Marcas Registradas e Acordo de Franchising não constaram em nenhuma das empresas (0%), sendo que seguiu a tendência dos anos anteriores.

3.6.1 Categoria mais Evidenciada – 2007

Na Categoria Capital Interno, 69 elementos no total foram evidenciados, um percentual de 55%.

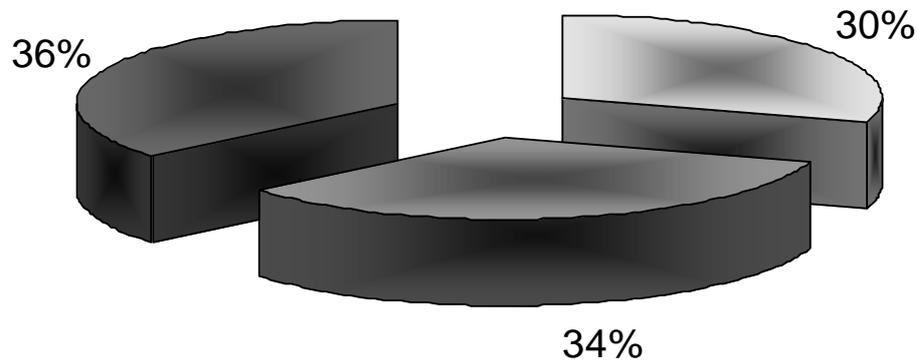
Para Capital Externo, o número de elementos evidenciados (80) demonstrou um percentual de 63%.

Na Categoria Competência dos Funcionários o total de elementos evidenciados foi de 56, um percentual de 67%.

Os percentuais das categorias divididos pelo fator ponderador (1,85) resultam nos percentuais de 30% para Capital Interno, 34% para Capital Externo e 36% para Competência dos Funcionários.

Se analisada, a evolução entre os anos de 2003 a 2007 é possível concluir que nesse período ocorreu uma inversão de categoria mais evidenciada, já que nos dois primeiros anos Capital Externo foi o mais evidenciado e já nos três últimos anos, Competência dos Funcionários acabou evidenciando mais. A categoria Capital Interno foi a que evidenciou menos nos anos de 2003 a 2007.

O Gráfico 10 apresenta o percentual de evidenciação por categorias no ano de 2007.



■ Capital Interno ■ Capital Externo ■ Competência dos Funcionários

Gráfico 10: Categorias de CI – 2007

Fonte: Elaboração Própria

O Gráfico 10, ilustra os resultados com relação a evidenciação por categoria no ano de 2007. A categoria mais representativa seguindo a tendência de 2005 e 2006 foi Competência dos Funcionários com 37% do total evidenciado pelas empresas distribuidoras da amostra.

A categoria Capital Externo e Capital Interno evidenciaram em 2007 34% e 30% respectivamente.

Os resultados mostram a valorização do Capital Humano.

3.7 COMPARATIVO GERAL

Esta seção apresenta o agrupamento dos resultados, permitindo uma visão de evolução dos resultados. O objetivo é justamente analisar a evolução na evidenciação de CI no período analisado.

O Quadro 7 mostra esta evolução, numericamente.

EMPRESAS		2003	2004	2005	2006	2007
1	Ampla	15	11	16	14	15
2	Bandeirante	10	15	14	12	14
3	Celesc	10	13	15	16	16
4	Celpa	5	6	6	6	11
5	Coelba	2	13	10	14	15
6	Cemig	15	18	19	22	20
7	Celpe	7	8	10	14	16
8	Coelce	9	9	12	16	13
9	Copel	16	13	14	16	20
10	Cpfl	12	12	12	11	15
11	Piratininga	12	12	11	11	15
12	Elektro	7	7	8	7	8
13	Eletropaulo	8	10	12	17	18
14	Light	11	14	17	15	9
TOTAL		139	161	176	191	205

Quadro 7: Evidenciação em números 2003 a 2007

Fonte: Elaboração Própria

O Quadro 7 permite algumas reflexões e conclusões como, por exemplo, em 2003 a empresa Copel (9) obteve maior evidenciação. Já nos demais anos da pesquisa, a empresa Cemig (6) liderou com maior evidenciação.

Na última linha do quadro 12 (linha total), pode-se observar em termos numéricos que a evidenciação total foi crescente no período de 2003 a 2007.

3.7.1 Evidenciação Média por Empresa

Durante o período estudado todas as empresas, em todos os anos, apresentaram evidenciação. Essa evidenciação ocorreu de forma narrativa e não obteve 100% de ocorrência em nenhum ano para nenhuma empresa.

De modo geral as empresas apresentaram evolução na evidenciação entre 2003 a 2007 conforme mostra o Gráfico 11.

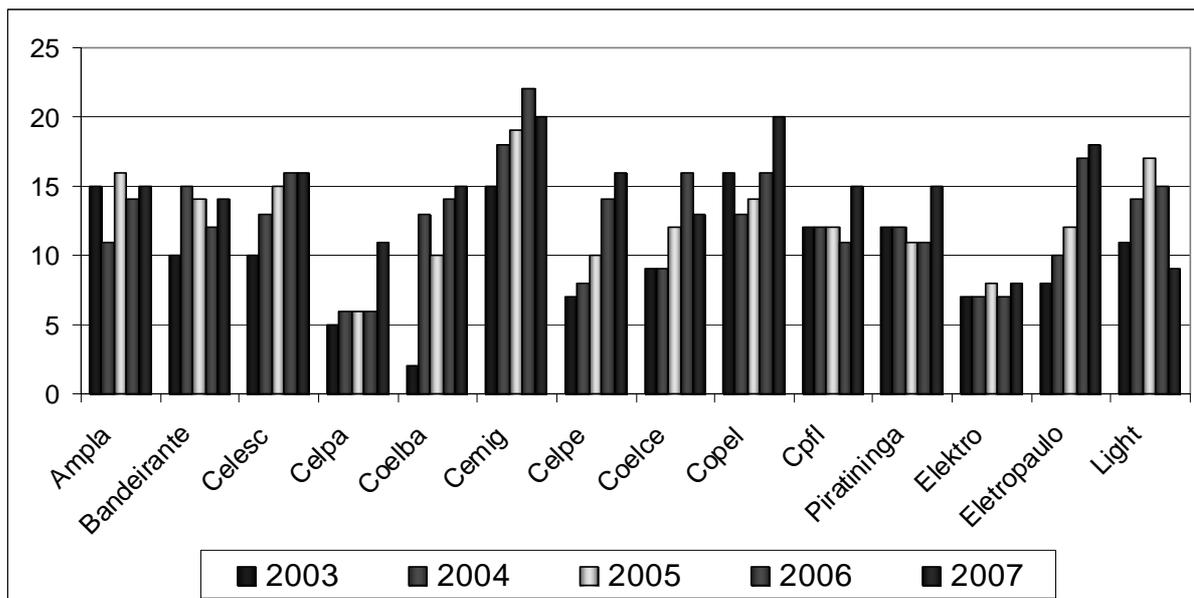


Gráfico 11: Evidenciação de CI por empresa, 2003 a 2007

Fonte: Elaboração Própria

De acordo com o Gráfico 11:

A empresa Ampla (1) teve em 2005 seu pico de evidenciação com 16 elementos, fechou 2007 com 15 elementos evidenciados, um a mais do que em 2006. Não houve uma evolução significativa, no entanto, manteve uma média de 14 elementos por ano, sendo assim, em 2007 ficou acima dessa média.

A empresa Bandeirante (2) no início da pesquisa (2003) evidenciou 10 elementos. Obteve uma média de 13 elementos por período e fechou 2007 com evidenciação de 14 elementos.

A Celesc (3) obteve média de 14 elementos evidenciados por ano. Em 2003 evidenciou 10 dos 24 elementos, já em 2007 chegou a 16 elementos evidenciados.

A empresa Celpa (4), obteve o menor percentual de evidenciação da pesquisa, uma média de 7 elementos divulgados por período. No entanto, acompanhou o crescimento. Em 2003 a evidenciação foi de 5 elementos, enquanto no ano de 2007 sua evidenciação já apontava 11 elementos.

Coelba (5) obteve uma média de 11 elementos, sendo que em relação a 2003 onde evidenciou somente dois elementos a empresa obteve um crescimento recorde, saltando de 2 elementos em 2003 para 15 em 2007.

A empresa Cemig (6) foi a surpresa positiva da pesquisa, onde em praticamente todos os anos evidenciou mais do que as demais, média de 19 elementos.

A Celpe (7) obteve média de 11 elementos e apresentou um crescimento regular, ano à ano.

A Coelce (8) apresentou crescimento, sendo que apresentou um pico em 2006. Obteve média de 12 elementos divulgados nos 5 anos.

A empresa Copel (9), após a Cemig (6) foi a empresa com maior evidenciação. Média de 16 elementos, sendo que a empresa apresentou um decréscimo nos três primeiros anos já que em 2003 a empresa foi a que mais divulgou, no entanto nos demais anos, foi superada pela empresa Cemig.

As empresas, Cpfl (10) e Piratininga (11) apresentaram média de 12 elementos evidenciados. Ambas mantiveram uma média de 12 elementos evidenciados nos 3 primeiros anos e apresentaram um crescimento no último ano, fechando 2007 com 15 elementos.

A empresa Elektro (12), obteve uma média baixa de evidenciação, em torno de 7 elementos evidenciados no geral, sendo que ainda assim apresentou crescimento e fechou o ano acima dessa média com 8 elementos evidenciados.

A empresa Eletropaulo (13), apresentou forte crescimento principalmente nos dois últimos anos e ficou com uma média de 13 elementos evidenciados.

Por fim, a empresa Light (14), foi a única empresa que no último ano acabou evidenciando menos do que no primeiro. Em 2003 a empresa evidenciou 11 elementos. Essa evidenciação foi crescente em 2004 e 2005, já em 2006 e 2007 houve um decréscimo e a empresa fechou 2007 com apenas 9 elementos evidenciados, abaixo da sua média geral de 13 elementos.

3.7.2 Evidenciação por Categoria

Ao longo deste estudo foi possível identificar a evolução na evidenciação de Capital Intelectual por categorias (Capital Interno, Capital Externo, e Competência dos Funcionários).

O Gráfico 12 demonstra essa evolução ao longo dos anos de 2003 a 2007 e permite algumas reflexões.

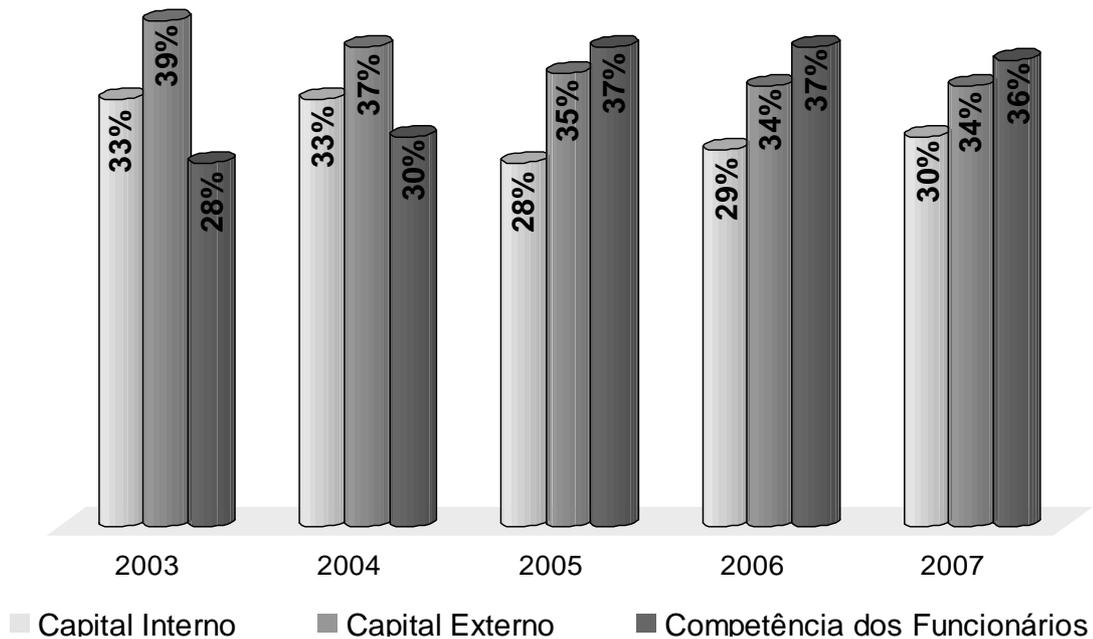


Gráfico 12: Evolução por Categoria

Fonte: Elaboração Própria

Com cinco anos de estudo de caso foi possível alcançar resultados que permitem análises e comparações com outros trabalhos.

Os trabalhos de Backes, Ott e Wiethaeuper (2005) e de Santos (2007) apontam Capital Estrutural como item mais evidenciado em seus estudos, sem menção a possibilidade de inversão desses valores.

Nos estudos realizados por Carvalho (2006), Carvalho, Ensslin e Igarashi (2006), Rottini (2007) e Ensslin, Reina e Vicente (2008) os resultados apontam para maior evidenciação da categoria Capital Externo sendo que os referidos estudos fazem análises referentes aos períodos de 2002 a 2006.

O Estudo de Amaral (2008) aponta para resultados diferentes dos demais, tendo como categoria mais evidenciada a Competência de Funcionários.

No estudo realizado é possível analisar essas ocorrências e o cenário de Categoria mais evidenciada, principalmente em função de se ter uma amostra mais ampla em relação ao período estudado.

Nos anos de 2003 e 2004 o estudo acompanhou os resultados dos estudos anteriores com a mesma data base, ou seja, a categoria mais representativa foi Capital Externo com 33% de evidenciação conforme Gráfico 12.

No entanto de acordo com o Gráfico 12 é possível constatar que a Competência dos Funcionários apresentou um crescimento acentuado nos cinco anos de estudo. A categoria Capital Externo faz o caminho oposto e de acordo com o Gráfico 13 possui uma curva decrescente em termos de evidenciação. Capital Interno possui uma evidenciação consideravelmente uniforme sendo que é a categoria menos evidenciada.

De acordo com os comparativos mencionados é possível concluir que até os anos de 2004 e 2005 a categoria mais evidenciada foi Capital Externo, sendo que de 2005 em diante a categoria mais evidenciada passou a ser Competência de Funcionários, isso pode ser constatado através dos resultados de Amaral (2008) e deste estudo.

O Gráfico 13 ilustra a tendência identificada nesse estudo com relação as categorias de evidenciação.

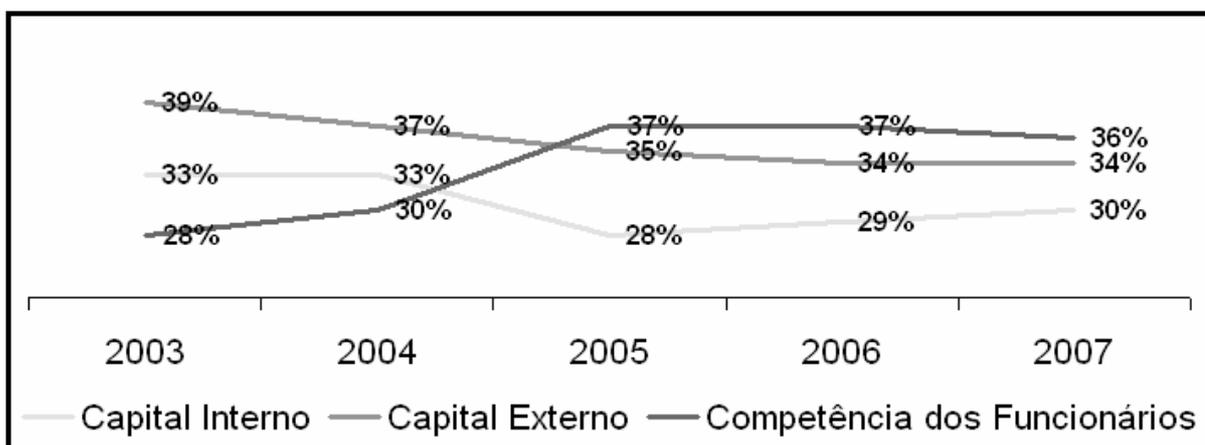


Gráfico 13: Evolução comparativa de Evidenciação

Fonte: Elaboração Própria

Através do Gráfico 13 fica evidente as tendências de evidenciação.

A curva de Capital Interno se mantém em 2003 e 2004 com 33%, já em 2005 ocorre um decréscimo para essa categoria (28%). Apresenta crescimento em 2006 (29%) e 2007 (30%) sendo que fecha a pesquisa como a categoria menos evidenciada.

A categoria Capital Externo inicia a pesquisa como a categoria mais evidenciada, acompanhando as tendências de pesquisas anteriores, no entanto, ao analisar a curva dessa categoria fica clara a diminuição ano a ano dessa categoria dando espaço a curva crescente de Competência dos Funcionários.

Com esses resultados pode-se concluir que não somente o Capital Intelectual vem sendo cada vez mais valorizado, como também o Capital Humano acompanha essa valorização, tornando-se a categoria mais evidenciada nos anos de 2005 a 2007.

3.7.3 Evidenciação Média por Categoria

Após a apuração de divulgação para os cinco anos de pesquisa, chegou-se a uma média de divulgação para o período estudado. Para se chegar a um percentual médio de divulgação, utilizou-se o mesmo critério de fator ponderador utilizado para definir esse percentual para cada ano.

O gráfico 14 demonstra a média geral por categoria, no que tange a evidenciação nos anos de 2003 a 2007.

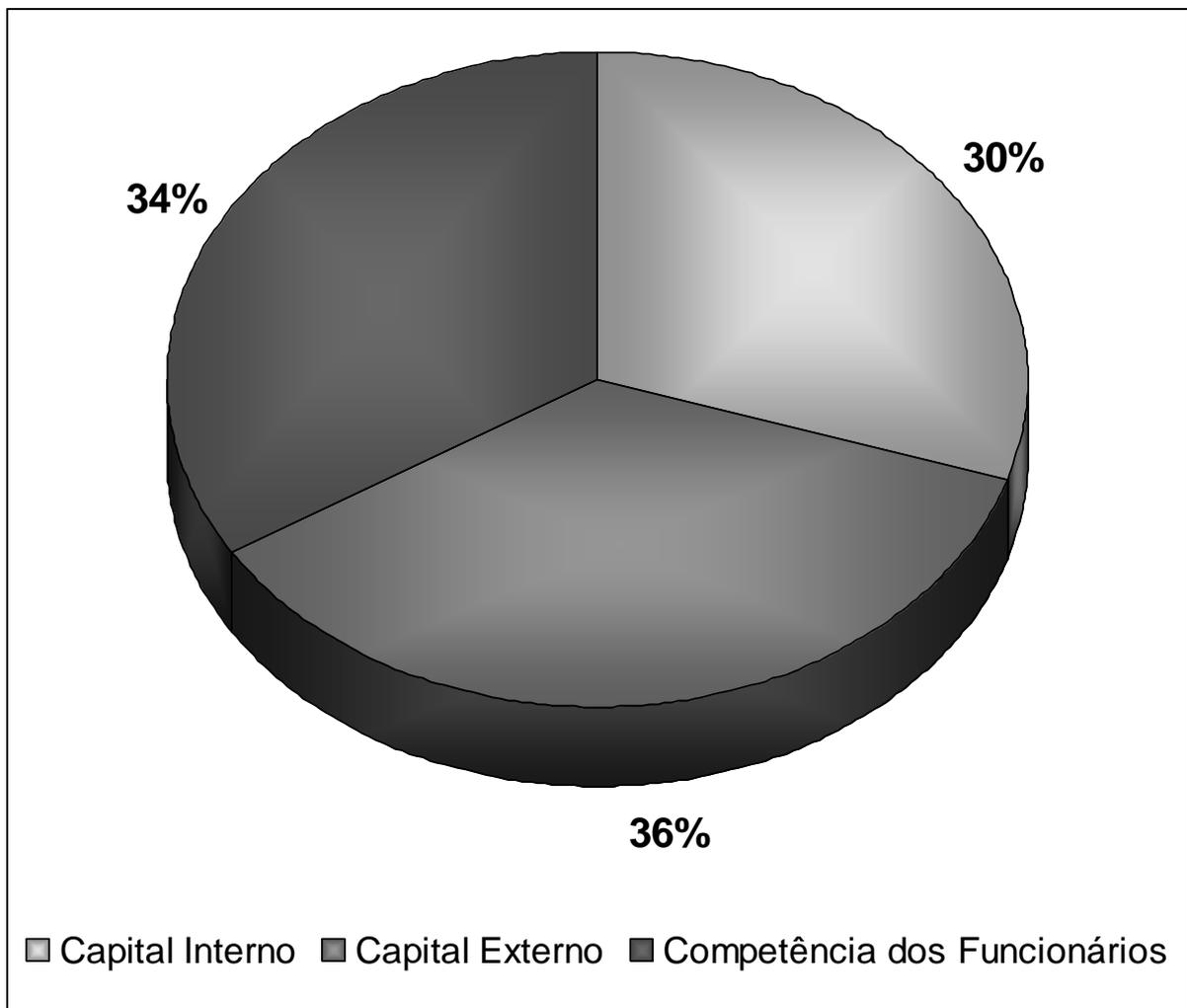


Gráfico 14: Evidenciação por Categoria – 2003 a 2007

Fonte: Elaboração Própria

O Gráfico 14 ilustra que, na média do período estudado, a categoria mais evidenciada pelas empresas distribuidoras de energia elétrica foi a Categoria Capital Externo com 36% de Evidenciação.

A categoria Competência dos Funcionários foi à segunda categoria com maior evidenciação e um percentual médio de 34%. A Categoria Capital Externo ficou em terceiro lugar com 30% de evidenciação.

As empresas da amostra possuem em sua totalidade, ações negociadas na bolsa de valores, possuem, portanto capital aberto. Sendo assim a imagem institucional e externa da empresa tende a ser muito valorizada. Essa pode ser uma explicação lógica para esse resultado.

Assim como a evidenciação de CI é crescente, é possível que juntamente com esse crescimento, a valorização e evidenciação de crescimento do Capital Humano (Competência dos Funcionários) podem estar em franco desenvolvimento, passando a ser mais evidenciado do que o Capital Externo.

A seção a seguir traça um comparativo geral de evidenciação para o período e amostra do estudo.

3.7.4 Evidenciação Média Total

No período estudado todas as empresas evidenciaram elementos totalizando 872 evidenciações. 100% de evidenciação representariam 336 elementos em um ano (24 elementos x 14 empresas) e 100% de evidenciação no período somaria 1680 elementos evidenciados (336 elementos ano X 5 anos), sendo assim dentro do estudo a média de evidenciação ficou em 51,90%, um percentual ainda baixo, mas que no entanto visualizado ano a ano mostra uma evolução conforme demonstra o Gráfico 15 .

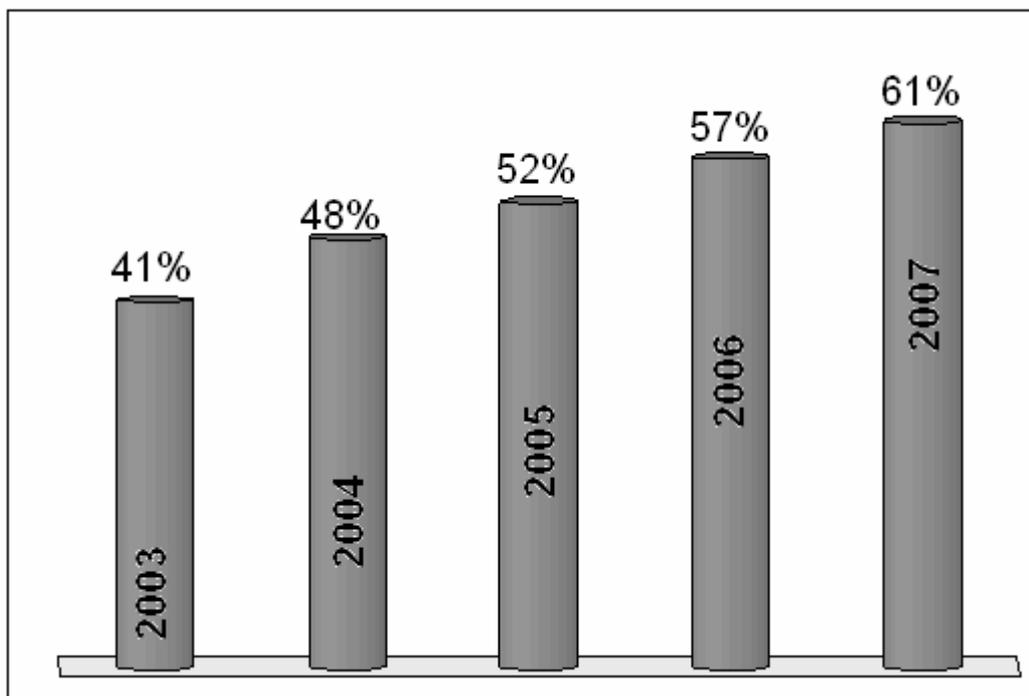


Gráfico 15: Evolução de Evidenciação de CI, 2003 a 2007

Fonte: Elaboração Própria

O Gráfico 15 ilustra a evolução quanto a evidenciação durante o período estudado, onde em 2003 a média era de 41% e já em 2007 essa média já aponta 61%, bem acima da média geral de 51,90%.

O com a visualização do Gráfico 15 é possível concluir que os resultados demonstram uma preocupação crescente das empresas em evidenciar seu CI. Ou seja, elas cada vez mais, estão reconhecendo a importância e o valor desses recursos, e buscam de alguma maneira mostrar isso ao mercado.

3.8 ELEMENTOS NÃO PERTENCENTES AO SETOR.

Durante o estudo ficou evidente que alguns elementos não fazem parte da realidade do setor.

Os itens Patentes, Direitos Autorais e Marcas Registradas apareceram poucas vezes.

O item Patente apareceu em três empresas apenas. As empresas Cpfil e Piratininga, fizeram menção ao elemento patente em uma única vez, ambas no ano de 2004. A empresa Cemig fez menção a Patentes, Direitos Autorais e Marcas Registradas em 2003, 2004 e 2006.

Os itens marcas e patentes são pouco mencionados, no entanto durante a leitura dos relatórios, muitos relatos de investimentos em pesquisa e Desenvolvimento (P&D) foram detectados, isso pode no futuro refletir em um aumento de divulgação destes itens.

O Item Canal de Distribuição é um item pouco mencionado pelo setor, no entanto, mais em função de características próprias do setor, já que normalmente a estrutura utilizada para a distribuição de seus produtos é complexa e muitas vezes não mencionada.

Por fim o Item Acordos de Franchising não faz efetivamente parte da realidade do setor de Distribuição de Energia elétrica, ao menos em termos de evidenciação nos RA's já que em nenhuma empresa, em nenhum ano, houve qualquer menção quanto a este item.

Se estes elementos (Patentes, Direitos Autorais, Marcas Registradas, Canal de Distribuição e Acordos de Franchising) fossem desconsiderados da matriz utilizada, o índice de evidenciação das empresas subiria e o índice geral também. Este último subiria de 51,90% de média geral de evidenciação para 65,56%.

Para a pesquisa foi utilizada a matriz proposta por Sveiby e assim sendo, todos os elementos foram considerados.

Essa seção apenas verificou as peculiaridades do setor.

4 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Neste capítulo são apresentadas as Conclusões, a opinião do pesquisador e a recomendação para trabalhos futuros.

4.1 CONCLUSÕES

Fica evidente que no período estudado ocorre um crescimento da importância dada ao Capital Intelectual, já que esses componentes tornaram-se essenciais e agregadores dentro e fora das entidades.

O CI auxilia a maximização dos resultados, valoriza e torna as empresas mais competitivas. O problema central para a contabilidade gerencial é identificar e avaliar esses elementos, visto que têm como característica principal o fato de não ser visível ou palpável.

As empresas utilizam-se dos Relatórios da Administração para a divulgação dos seus esforços despendidos para a valorização e administração de seu Capital Intelectual, no entanto a “forma” de divulgação e o “que” é divulgado, depende única e exclusivamente das empresas.

Diante do exposto, o objetivo geral deste trabalho era justamente verificar nos relatórios da administração como está a evidenciação de CI das maiores empresas distribuidoras de energia elétrica do Brasil no período de 2003 a 2007. Todas as empresas estão listadas na BM&FBOVESPA e atendem acima de 1 milhão de unidades consumidoras.

Dentre as empresas da amostra, vale a pena ressaltar Cemig e a Copel, que falam claramente em seus RA's sobre o tema e demonstram preocupação e atenção com relação aos seus respectivos CI.

Quanto aos objetivos específicos, todos foram atendidos, conforme segue.

Leitura integral dos relatórios da Administração das 14 empresas da amostra nos anos de 2003 a 2007, a fim de detectar e localizar a evidenciação de CI nas empresas em estudo.

Foi feita análise e estudo das formas de explicitação, evidenciação, e se chegou a conclusão que ocorre assim como nos demais estudos realizados de forma narrativa e textual.

Dentre os elementos mais evidenciados da amostra estão: Clientes (69 evidenciações), Sistemas de Informações (64 evidenciações), Marcas (62 evidenciações), Fidelidade de Clientes (58 evidenciações), Educação (57 evidenciações) e assim por diante.

Alguns elementos propostos por Sveiby não fazem parte da realidade do setor, como é o caso de Acordos de Franchising, uma vez que não foi mencionado em momento algum. Alguns elementos como Patentes, Marcas Registradas e Direitos Autorais foram pouco abordados, no entanto nos relatórios das empresas fala-se muito em Pesquisa e Desenvolvimento. Essas pesquisas e esses investimentos podem refletir em muitas Patentes, Marcas Registradas e Direitos Autorais futuramente.

Quanto a evolução na evidenciação, esta se mostrou crescente no período conforme ilustrado no Gráfico 15 (página 72). A pesquisa iniciou em 2004 com 41% de Evidenciação, fechou 2007 com 61%, 20 pontos percentuais a mais. A evolução foi consideravelmente alta.

A média de evidenciação do estudo ficou em 51,90%, uma média ainda baixa, no entanto crescente.

Ao estudar um período de cinco anos um fato chamou a atenção. Os estudos anteriores traçaram as categorias mais evidenciadas, no entanto por tratarem de períodos menores, não era possível analisar a evolução quanto às categorias. Foi percebido que Competência dos Funcionários surge como uma categoria forte quanto a evidenciação.

O Capital Intelectual é uma realidade e está presente nas grandes empresas como as pertencentes a este estudo.

4.2 OPINIÃO DO PESQUISADOR

Com a realização deste trabalho foi possível conhecer melhor o Capital Intelectual, sua importância e verificar o quanto sua valorização é crescente.

A definição de se analisar um período de 5 anos tornou a leitura dos relatórios ainda mais complexa, no entanto, esse período possibilitou uma análise mais completa.

A tabulação dos dados aliado a leitura dos relatórios exigiu muita atenção em função da enorme quantidade de dados, foi preciso concentração para a correta tabulação dos mesmos.

A dificuldade de interpretação dos dados exigiu muitas vezes a repetição na leitura dos relatórios.

A dificuldade da classe contábil acerca do assunto é compreensível em função da novidade e principalmente pela falta de parâmetros e regras para tratamento deste.

Os relatórios das empresas do setor elétrico demonstraram em muitos momentos uma pobreza muito grande em seus conteúdos. Relatórios com poucas ilustrações e bem variados

em termos de estrutura de um exercício para o outro. A utilização de um relatório padrão facilitaria e incentivaria até certo ponto a evidenciação de Capital Intelectual. No entanto seria necessário um relatório que respeitasse as particularidades de cada empresa e setor.

A empresa Cemig foi a que mais agradou ao pesquisador, com relatórios completos bem estruturados e forte ligação com o tema. Foi o grande destaque da pesquisa. A seguir a empresa Copel, com relatório bem completo e estruturado também.

Foi possível com a pesquisa observar os itens mais evidenciados pelo setor, os menos evidenciados, os que não fazem parte da realidade do setor e principalmente com cinco anos de estudo, foi possível verificar o comportamento e o tratamento destinado ao tema nesse período de tempo, bem como observar a inversão na evidenciação. Nas pesquisas anteriores a categoria Capital Externo sempre esteve a frente. Nessa pesquisa foi possível detectar que Competência dos Funcionários surge com muita força na evidenciação de CI.

O setor de distribuição de energia elétrica acompanha o mercado, sabe da importância que deve ser dada ao Capital Intelectual. Com os últimos resultados fica evidente que as empresas sabem que seu maior patrimônio são as pessoas que formam a organização.

4.3 SUGESTÕES PARA FUTUROS TRABALHOS

Para trabalhos futuros realizados a cerca do tema são sugeridos os seguintes tópicos:

- Realizar pesquisa com período anterior a fim de verificar se a evidenciação percebida é crescente;
- Realizar pesquisa com períodos posteriores para verificar se a evolução se mantém;
- Fazer pesquisa com uma amostra diferenciada para o setor;
- Pesquisar utilizando-se de outra fonte para coleta de dados e aplicação de questionários;
- Verificar os resultados em outros setores;
- Cotejar o setor de Energia Elétrica com um outro setor.

REFERÊNCIAS

AMARAL, Marisa Natalina Gesser do. **Evidenciação Voluntária do Capital Intelectual nos maiores Bancos do Brasil: um estudo nos relatórios anuais de 2006 e 2007.** Monografia (Ciências Contábeis) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. 2008.

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

ANTUNES, Maria Thereza Pompa; MARTINS, Eliseu. Capital Intelectual: Verdades e Mitos. **Revista Contabilidade & Finanças**, São Paulo, n. 29, p. 41 – 54, maio/agosto, 2002.

ANTUNES, Maria Thereza Pompa. A controladoria e o capital intelectual: um estudo empírico sobre sua gestão. **Revista Contabilidade & Finanças**, São Paulo, n. 41, p. 21 – 37, maio/agosto, 2006.

ANTUNES, Maria Thereza Pompa; LEITE, Rafael Soares; GUERRA, Luis Francisco. **Divulgação das Informações sobre Ativos Intangíveis e sua Utilidade para Avaliação de Investimentos: um estudo exploratório baseado na percepção dos analistas de investimentos.** In: CONGRESSO USP DE CONTROLADORIA E CONTABILIDADE, 7., 2007, São Paulo. *Anais ...* São Paulo: FEA/USP, 2007. Disponível em:

<http://www.congressoeac.locaweb.com.br/artigos72007/330.pdf>. Acesso em 15/01/2009.

AQUINO, Wagner de; SANTANA, Antonio Carlos de. **Evidenciação.** Caderno de Estudos, São Paulo: FIPECAFI, n. 5, p. 1-45, jun. 1992.

BACKES, Rosemary Gelatti; OTT, Ernani; WIETHAEUPER, Daniela; **Informações sobre Capital Intelectual Evidenciadas pelas Companhias Abertas Listadas em Nível 1 de Governança Corporativa da Bovespa.** In: CONGRESSO USP DE CONTROLADORIA EM CONTABILIDADE, 5, 2005, São Paulo, Anais. São Paulo:FEA/USP, 2005. CD-ROOM

BIAZZI, Juceli *et al.* **Avaliação de intangíveis: o goodwill** no contexto das práticas internacionais comparativas. *Revista Gestão Organizacional*. Vol. 1, n.1, p. 20 – 31, jan./jun., 2004.

BORGES, Ana Paula Archer de Arruda. **Evidenciação Voluntária das Práticas em Desenvolvimento Sustentável: um estudo nas grandes empresas brasileiras de papel e celulose.** Monografia (Ciências Contábeis) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis. 2008.

BOVESPA. Disponível em: <<http://www.bovespa.com.br/Principal.asp>>. Acesso em 18 Março. 2008.

CARVALHO, Fernando Nitz de. **A Evidenciação Voluntária de Capital Intelectual: uma análise de conteúdo nos anos 2000, 2002 e 2004 dos relatórios de Administração de companhias brasileiras, com maior receita líquida segundo a Bovespa.** Florianópolis. Dissertação (Mestrado em Contabilidade) – Curso de Pós Graduação em Contabilidade, Universidade Federal de Santa Catarina, 2006.

CARVALHO, Fernando Nitz de; ENSSLIN, Sandra Rolim; IGARASHI, Deisy Cristina Corrêa. **Evidenciação voluntária do Capital Intelectual no contexto brasileiro: cotejamento com os contextos internacional e australiano.** 30º Encontro ANPAD. Salvador. 2006.

CARBONE, *et al.* **Gestão por competências e gestão do conhecimento.** Rio de Janeiro: FGV, 2006.

COPELAND, Tom; KOLLER, Tim; MURRIN, Jack. **Avaliação de empresas – Valuation: Calculando e gerenciando o valor das empresas.** 3. ed. São Paulo: Makron Books Ltda, 2002.

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.

DAVENPORT, Thomas H; PRUSAK, Laurence. **Conhecimento Empresarial: como as organizações gerenciam seu capital intelectual.** Rio de Janeiro: Campus, 1998.

DIAS, José Maria Filho. **A Linguagem Utilizada na Evidenciação Contábil: Uma análise de sua compreensibilidade a luz da teoria da comunicação.** Caderno de estudos, São Paulo, FIPECAFI, v. 13, n.24, p.38-49, jul./dez. 2000.

EDVINSSON, Leif; MALONE, Michael. **Capital Intelectual: Descobrimo o valor real de sua empresa pela identificação de seus valores Internos.** São Paulo: Makron Books, 1998.

FAMÁ, Rubens; PEREZ, Marcelo Monteiro. Ativos intangíveis e o desempenho empresarial. **Revista Contabilidade & Finanças**, São Paulo, n. 40, p. 7 – 24, jan./abril, 2006. Disponível em: < <http://www.eac.fea.usp.br>.>. Acesso em: 02 jun. 2007.

FREY, Irineu Afonso; FREY, Márcia Rosane. A mensuração do ativo intangível Responsabilidade Social Empresarial. **Revista Brasileira de Contabilidade**, São Paulo, n. 138, p. 45 – 55, nov./dez., 2002.

FILHO, José Maria Dias. **A linguagem utilizada na evidenciação contábil: uma análise de sua compreensibilidade à luz da teoria da comunicação.** Caderno de Estudos, São Paulo, FIPECAFI, v. 13, n. 24, p. 38 – 49, jul./dez., 2000.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e Técnicas de Pesquisa Social.** São Paulo: Atlas, 1999.

GOURLAT, André Moura Cintra. **Evidenciação contábil do risco de mercado por instituições financeiras no Brasil**. 2003. 201 f. Dissertação (Mestrado em Controladoria e Contabilidade) – Curso de Pós-Graduação em Controladoria e Contabilidade, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2003.

HENDRIKSEN, S. Eldon; BREDA, Michael F. Van. **Teoria da Contabilidade**. Tradução de Antônio Zorato Sanvincente. São Paulo: Atlas, 1997.

HENDRIKSEN, Eldon S.; VAN BREDA, Michael F. **Teoria da contabilidade**. São Paulo: Atlas, 1999.

IUDÍCIBUS, Sérgio de; MARION, José Carlos. **Introdução à teoria da Contabilidade para o nível de graduação**. São Paulo: Atlas, 1999.

IUDICIBUS, Sérgio de. **Teoria da Contabilidade**. São Paulo: Atlas, 1997.

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

IUDÍCIBUS, Sérgio de. **Teoria da Contabilidade**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2004.

IUDÍCIBUS; Sérgio de, MARTINS, Eliseu; GELBCKE, Ernesto Rubens. **Manual de Contabilidade das Sociedades por Ações: aplicável às demais sociedades**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

KAYO, Eduardo Kazuo; BASSO, Leonardo Fernando Cruz. **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 Março. 2008

LANZANA, Ana Paula. **Relação entre Disclosure e Governança Corporativa das Empresas Brasileiras**. 2004. 161 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Curso de Pós-Graduação em Administração, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004.

LEV, B. **Intangibles: management, measurement and reporting**. Brookings Institution Press, 2001.

LIMA, Walcir Gonçalves de. **Capital Intelectual e a Contabilidade**. Revista de Contabilidade CRC SP. São Paulo, n. 16, p. 23-29, Junho 2001.

MACHADO, Nilson Perinazzo; SANTOS, José Luiz dos; SCHMIDT, Paulo. **Fundamentos da Teoria da Contabilidade**. São Paulo: Atlas, v.6, 2005.

MOURA, Simone Farias; FERREIRA, Fabiana Nogueira Holanda; SOUSA, Jalva Lilia Rabelo de; PONTE, Vera Maria Rodrigues. **O Valor do Intangível em Instituições de**

Ensino Superior: um enfoque no capital humano. In: EnANPAD, 29, 2005, Brasília. Anais ... Rio de Janeiro: ANPAD, 2005. CD-ROM

MURCIA, F. D.; BORBA, J. A. **Estrutura para detecção do risco de fraude nas demonstrações contábeis: Mapeando o ambiente fraudulento.** Revista Brazilian Business Review, nº. 3, p. 171-190, Set/Dez. 2007.

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

OLIVEIRA, Marcelle Colares; PONTE, Vera Maria Rodrigues. **A prática da evidenciação de informações avançadas e não obrigatórias nas demonstrações contábeis das empresas brasileiras.** Revista Contabilidade & Finanças. São Paulo: USP, n. 36, p. 7-20. set./dez. 2004.

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

PONTE, Vera Maria Rodrigues; OLIVEIRA, Marcelle Colares; MOURA, Héber José de. Análise das práticas de Evidenciação de informações Avançadas e Não-Obrigatórias nas Demonstrações Contábeis das Empresas Brasileiras: um estudo comparativo entre os anos de 2002 e 2005. In: CONGRESSO USP DE CONTROLADORIA E CONABILIDADE, 7., 2007, São Paulo. Anais... São Paulo: FEA/USP, 2007. Disponível em:

<http://www.congressoeac.locaweb.com.br/artigos72007/75.pdf>. Acesso em 26/01/2009.

REINA, Donizete; ENSSLIN, Sandra Rolim; 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, Donizete; ENSSLIN, Sandra Rolim; 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, Rio Grande do Sul. Anais ...Rio Grande do Sul. CD-ROM

REZENDE, José Francisco. **Balanced Scorecard e a gestão do capital Intelectual: Encontrando a Performance Balanceada na Economia do Conhecimento.** Rio de Janeiro: Campus, 2003.

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

RODRIGUES, Rui Martinho. **Pesquisa Acadêmica: Como Facilitar o Processo de Preparação de suas Etapas.** São Paulo : Atlas, 2007

ROTTINI, Geovana Carolina. **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.** Monografia (Ciências Contábeis) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2007.

SÀ, Antonio Lopes de. **Ativo Integral e potencialidades dos Capitais:** Revista de Contabilidade. São Paulo: nº 13, página 39 – 47, set, 2000.

SANTOS, Ana Paula Gonçalves. **Informações Voluntárias sobre Capital Intelectual Evidenciadas em Relatórios da Administração:** uma análise das maiores companhias abertas da região sul do Brasil. Monografia (Ciências Contábeis) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2007.

SCHIMIDT, Paulo; SANTOS, José Luiz dos. **Avaliação de ativos Intangíveis.** São Paulo: Atlas, 2002.

SCHNORRENBARGER, Darci. **Identificando, Avaliando e Gerenciando os Recursos Organizacionais Tangíveis e Intangíveis por meio de uma Metodologia Construtiva (MCDA):** Uma Ilustração na Área Econômico-Financeira. 223f. Tese (Doutorado em Engenharia de Produção) – Curso de Pós-Graduação em Engenharia de Produção, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2005.

SILVA, Harley Almeida Soares da. **Evidenciação do Capital Intelectual de Natureza Social e Ambiental:** Estudo nos Relatórios Anuais e nos Sites das empresas listadas no programa “Em Boa Companhia” da Bovespa. Monografia (Ciências Contábeis) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2008.

SOUSA, Bruno José de; SCHNORRENBARGER, Darci; REINA, Donizete; ENSSLIN, Sandra Rolim; ROVER, Suliani. **Um estudo sobre a Evidenciação de Capital Intelectual no Relatórios da Administração das 15 maiores Distribuidoras de Energia Elétrica do Brasil nos anos de 2006 e 2007.** In: Congresso Ufsc de Controladoria e Finanças & Iniciação Científica em Contabilidade, 2, 2008, Santa Catarina. *Anais ...* Santa Catarina. CD-ROM

SOUSA, Bruno José de; SCHNORRENBARGER, Darci; REINA, Donizete; ENSSLIN, Sandra Rolim; ROVER, Suliani. **Um estudo sobre a Evidenciação de Capital Intelectual no Relatórios da Administração das 15 maiores Distribuidoras de Energia Elétrica do Brasil nos anos de 2006 e 2007.** UNB CONTÁBIL .

STEWART, Thomas A. **Capital Intelectual: A nova vantagem Competitiva das Empresas.** 9. ed. Rio de Janeiro: Campus, 1998.

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

TRIPODI, 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.

WONG, Kar Shun; HO Simon S. M. **International Journal of Disclosure and Governance.** Londres: Dec. 2003. Vol. 1. n. 1.