

# A EVIDENCIAÇÃO DA INOVAÇÃO ORGANIZACIONAL NO PLANEJAMENTO

## ESTRATÉGICO DAS EMPRESAS DO SETOR ELÉTRICO

Carlos Eduardo de Oliveira<sup>1</sup>

Carine Vieira Franco Silva<sup>2</sup>

Érika Monteiro de Souza Alves Dias<sup>3</sup>

Davy Antonio da Silva<sup>4</sup>

Recebido em: 19 mar. 2020

Aceito em: 2 jul. 2020

**Como citar este artigo:** OLIVEIRA, C.; SILVA, C.; DIAS, É.; SILVA, D. A Evidenciação da Inovação Organizacional no Planejamento Estratégico das Empresas do Setor Elétrico. **Revista Visão: Gestão Organizacional**, v.9, n.1, p.120-132, 2020. DOI: <https://doi.org/10.33362/visao.v9i1.2201>.

**Resumo:** Pode-se considerar relevante que uma empresa elabore e apresente, aos usuários de suas informações, o seu Planejamento Estratégico. Complementar ao planejamento, ter um controle gerencial e inovador, visando o futuro, é importante. A realização de Inovações Organizacionais pode contribuir para a dinâmica da gestão empresarial, além de possibilitar impactos favoráveis nos resultados financeiros. Considerando-se a relevância do setor elétrico para o país, bem como a evidenciação das informações aos *stakeholders*, esta pesquisa descritiva, com abordagem quantitativa, verificou a incidência da Inovação Organizacional (IO) no Planejamento Estratégico das empresas do setor elétrico, presentes no Nível 1 de Governança Corporativa da BM&F Bovespa. A coleta de dados foi realizada por meio dos Relatórios da Administração (RA), a partir do ano de 2006, pela perspectiva da Lei do Bem (Lei nº 11.196/2005) até o ano de 2016. Analisando-se os principais resultados, confirmou-se que todas as empresas evidenciam as principais práticas de IO e Planejamento Estratégico relacionadas à Lei do Bem, com base na hipótese destacada nesta pesquisa, as empresas do setor elétrico apresentam informações acerca da IO em seus Planejamentos Estratégicos, mas apenas quatro empresas no ano de 2006 e 2007 que não apresentaram alguns itens acerca da IO.

**Palavras-Chave:** Evidenciação. Inovação Organizacional. Relatório da Administração. Setor Elétrico.

### THE EVIDENCE OF ORGANIZATIONAL INNOVATION IN THE STRATEGIC PLANNING OF

---

<sup>1</sup> Doutor em Economia pela Universidade Federal de Uberlândia (UFU). Docente do Curso de Ciências Contábeis da FACES/UFU. E-mail: [carlos.oliveira@ufu.br](mailto:carlos.oliveira@ufu.br).

<sup>2</sup> Graduada em Ciências Contábeis pela FACES/UFU. E-mail: [carinefrancovs@gmail.com](mailto:carinefrancovs@gmail.com).

<sup>3</sup> Doutora em Engenharia de Produção pela USP. Docente do Curso de Ciências Contábeis da FACES/UFU. E-mail: [erikasavi@ufu.br](mailto:erikasavi@ufu.br).

<sup>4</sup> Mestre em Ciências Contábeis pela UFMG. Docente do Curso de Ciências Contábeis da FACES/UFU. E-mail: [davy@ufu.br](mailto:davy@ufu.br).

## COMPANIES IN THE ELECTRIC SECTOR

**Abstract:** It can be considered relevant that a company elaborates and presents, to the users of its information, its Strategic Planning. Complementing the planning, having a managerial and innovative control, aiming at the future, is important. The realization of Organizational Innovations can contribute to the dynamics of business management, in addition to enabling favorable impacts on financial results. Considering the relevance of the electric sector to the country, as well as the disclosure of the information to the stakeholders, this descriptive research, with a quantitative approach, verified the incidence of Organizational Innovation (IO) in the Strategic Planning of companies in the electric sector, 1 of Corporate Governance of BM&F Bovespa. Data collection was performed through the Administration Reports (RA), starting in 2006, by the perspective of the Law of Good (Law n ° 11,196 / 2005) until 2016. Analyzing the main results, It was confirmed that all companies show the main IO and Strategic Planning related to the Law of Good, based on the hypothesis highlighted in this research, companies in the electric sector present information about IO in their Strategic Planning, but only four companies in the year 2006 and 2007 that did not present some items about IO.

**Keywords:** Disclosure. Organizational Innovation. Management Report. Electrical Sector.

## INTRODUÇÃO

Atualmente as empresas são, em grande parte, dependentes da energia elétrica, diferentemente da época que antecedeu a primeira Revolução Industrial, onde possuíam somente os recursos naturais com fonte de energia.

Um mercado competitivo faz com que as empresas busquem alternativas que as diferenciem das demais, para permanecerem, mesmo que temporariamente, no mercado ativo, e para isso, pode-se fazer uso da implementação de inovação. “A inovação é movida pela habilidade de estabelecer relações, detectar oportunidades e tirar proveito das mesmas” (TIDD, BESSANT e PAVITT, 2008).

Outro aspecto relevante para a gestão empresarial é a evidenciação da informação. O usuário da informação precisa compreender a essência da informação para atribuir-lhe valor e concretizá-la no processo decisório; a informação precisa ser conclusiva e diretiva aos objetivos da empresa (VASCONCELOS e VIANA, 2002).

O planejamento estratégico pode ser considerado como uma técnica administrativa que, através da análise do ambiente de uma organização, cria a consciência das suas oportunidades e ameaças, dos seus pontos fortes e fracos, para o cumprimento de sua missão, e enfatiza a ideia de que, através desta consciência, estabelece o propósito de direção que a organização deverá seguir para aproveitar as oportunidades e evitar riscos (FISCHMANN e ALMEIDA, 2011). É importante na gestão das organizações empresariais, a realização de uma administração estratégica voltada para o planejamento e controle das atividades, com a finalidade de se obter os resultados esperados.

Considerando-se a importância da Inovação Organizacional (IO) e do Planejamento Estratégico (PE) para as empresas, a pergunta que este estudo pretende responder é: qual é a incidência da IO no Planejamento Estratégico das empresas? O objetivo deste estudo foi verificar a incidência da IO no Planejamento Estratégico das empresas do setor elétrico, presentes no Nível 1 de Governança Corporativa da BM&F Bovespa.

A hipótese teórica é que as empresas do setor elétrico apresentam informações acerca da IO em seus Planejamentos Estratégicos, porém não de forma específica e detalhada sobre os tipos IO a serem realizadas. Foram verificados os Relatórios da Administração (RA) das empresas selecionadas, à partir do ano de 2006 pela perspectiva da Lei do Bem (Lei nº 11.196/2005) até 2016, disponibilizados no site da BM&F Bovespa e ou nos sites das empresas selecionadas para o estudo.

Existem estudos que relatam a evidenciação da inovação no Relatório da Administração (FLORIANI, BEUREN e HEIN, 2010; VICENTI, STAROSKY FILHO e TOLEDO FILHO, 2012; VICENTI, GOMES e MACHADO, 2013; LOPEZ, BEUREN, 2016), mas existe lacuna nos estudos que apontam a IO no Planejamento Estratégico apresentado no Relatório da Administração.

Este estudo está estruturado em cinco seções, onde a primeira é composta desta introdução; a segunda apresenta alguns aspectos da evidenciação da informação, Planejamento Estratégico, da IO, bem como estudos anteriores relacionados ao tema; a terceira apresenta os procedimentos metodológicos, a quarta os resultados do estudo e a quinta é composta das considerações finais da pesquisa.

## REFERENCIAL DA LITERATURA

### ALGUNS ASPECTOS ACERCA DA EVIDENCIAÇÃO (*DISCLOSURE*) NOS RELATÓRIOS DA ADMINISTRAÇÃO

O *disclosure* em termos práticos seria a evidenciação/divulgação de informações das empresas o público, já em termos teóricos o *disclosure* representa a última fase do ciclo contábil, o qual é caracterizado inicialmente pelos processos de reconhecimento e mensuração dos eventos econômicos (IUDÍCIBUS, 2000).

Para serem úteis, as informações devem ser relevante às necessidades dos usuários na tomada de decisões. As informações são relevantes quando podem influenciar as decisões econômicas dos usuários, ajudando-os a avaliar o impacto de eventos passados, presentes e futuros ou confirmando ou corrigindo as suas avaliações anteriores. (SZUSTER et al., 2011). Para que os usuários externos tenham informações mais claras sobre a empresa, principalmente

quanto aos riscos relacionados aos valores contingentes, se faz necessária a divulgação desses valores, uma vez que, apenas usuários internos tem acesso a esse tipo de informação (SUAVE et al., 2013).

## ALGUNS ASPECTOS DO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO

Oliveira (2013, p. 4) enfatiza a ideia de que “o planejamento é um processo contínuo, um exercício mental que é executado pela empresa, independentemente de vontade específica de seus executivos, sendo essa a razão de algumas empresas não terem um processo de planejamento estruturado, mas, mesmo assim, apresentam algumas ações planejadas”.

O Planejamento é dividido em três tipos, sendo eles: estratégico, tático e operacional. Segundo Oliveira (2013, p. 4), “o planejamento estratégico corresponde ao estabelecimento de um conjunto de providências a serem tomadas pelo executivo para a situação em que o futuro tende a ser diferente do passado”. Para Fischmann e Almeida (2011, p. 25) “o planejamento estratégico é uma técnica administrativa que através da análise do ambiente de uma organização, cria a consciência das suas oportunidades e ameaças dos seus pontos fortes e fracos para o cumprimento de sua missão”. O Quadro 1 apresenta algumas definições de Planejamento Estratégico.

**Quadro 1:** Algumas definições de Planejamento Estratégico

Autor (ano)	Definições
Oliveira (2015)	“Planejamento estratégico é o processo administrativo que proporciona sustentação metodológica para se estabelecer a melhor direção a ser seguida pela empresa, visando ao otimizado grau de interação com os fatores externos- não controláveis- e atuando de forma inovadora e diferenciada.”
Almeida (2010)	“Planejamento estratégico é uma técnica administrativa que procura ordenar as ideias das pessoas, de forma que se possa criar uma visão do caminho que se deve seguir (estratégia).”
Andrade (2012)	“O planejamento estratégico é genérico, isto é, abrange a organização como um todo, não abordando, portanto, detalhes específicos de cada departamento ou divisão.”
Chiavenato e Sapiro (2003)	“O planejamento estratégico é um processo de formulação de estratégias organizacionais no qual se busca a inserção da organização e de sua missão no ambiente em que ela está atuando.”

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Pode-se comparar que o Planejamento Estratégico possui várias definições de diferentes autores, mas que possui a mesma ideia, onde o planejamento estratégico trata da empresa no geral, onde é a soma de todos os departamentos, visando o futuro promissor da empresa e dos seus colaboradores.

## ALGUNS ASPECTOS DA INOVAÇÃO ORGANIZACIONAL (IO)

A inovação é movida pela habilidade de estabelecer relações, detectar oportunidades e tirar proveito das mesmas (TIDD, BESSANT e PAVITT, 2008). A inovação pode ser considerada

como a implementação de um produto, processo, método organizacional e ou de marketing novo ou significativamente melhorado (OCDE, 2005). O Quadro 2 apresenta os quatro tipos de inovações existentes com base nos autores.

**Quadro 2:** Tipos de Inovações

Inovação de Produto	É a introdução de um bem ou serviço novo ou significativamente melhorado no que concerne a suas características ou usos previstos. Incluem-se melhoramentos significativos em especificações técnicas, componentes e materiais, softwares incorporados, facilidade de uso ou outras características funcionais.
Inovação de Processo	É a implementação de um método de produção ou distribuição novo ou significativamente melhorado. Incluem-se mudanças significativas em técnicas, equipamentos e/ou softwares.
Inovação de Marketing	É a implementação de um novo método de marketing com mudanças significativas na concepção do produto ou em sua embalagem, no posicionamento do produto, em sua promoção ou na fixação de preços.
Inovação Organizacional	É a implementação de um novo método organizacional nas práticas de negócios da empresa, na organização do seu local de trabalho ou em suas relações externas.

**Fonte:** Adaptado de OCDE (2005).

O empreendedor é um inovador que combina de forma eficiente os recursos, adoção de novas melhorias técnicas em máquinas e organiza de forma mais eficiente a divisão do trabalho (SCHUMPETER, 1934). A inovação não consiste apenas na abertura de novos mercados - pode também significar novas formas de servir a mercados já estabelecidos e maduros (TIDD, BESSANT e PAVITT, 2008).

Segundo Tidd, Bessant e Pavitt (2008), o desenvolvimento de novos produtos é uma capacidade importante, pois o meio ambiente está constantemente mudando; alternâncias no campo socioeconômico criam oportunidades e restrições. O Quadro 3 mostra alguns aspectos que decorrem sobre a aplicação da Inovação organizacional.

**Quadro 3:** Aspectos sobre a Inovação Organizacional

Aspectos	Descrição
A inovação tende a aparecer em ambientes com diversidade de habilidades e culturas	Grupos de trabalho constituídos por profissionais de diferentes origens e formação tendem a trabalhar num clima mais aberto e mais informado. O sucesso na inovação estará relacionado às condições existentes que permitem errar e assumir riscos. A inovação nunca é um resultado monolítico.
A inovação consistente pode garantir a liderança de mercado	No entanto, é preciso estabelecer algumas condições. Primeiro, o processo de inovação deve começar pelo suporte da direção da empresa que acredita na mudança como vantagem competitiva. Segundo, a cultura da mudança deve se espalhar pela empresa por meio da promoção de um ambiente competitivo e constante avaliação dos avanços alcançados.
<i>Benchmark</i>	É preciso escolher um concorrente que servirá de referência e alvo de superação, o <i>benchmark</i> , incentivando e premiando sempre os profissionais que se envolveram com mais denodo na tarefa. Em especial deve-se deixar a inovação crescer. Novas ideias precisam de patrocinadores e líderes defensores, um misto de pessoas criativas nas ideias e que não fogem da operação (mantendo as coisas práticas).
Foco no cliente	Um último obstáculo para o êxito no processo de inovação é o conhecimento do

	comprador. A ideia aqui é abandonar a tentativa de entendê-lo. O truque é oferecer ao mercado produtos programáveis ou sujeitos à personalização. A verdadeira construção de valor acontecerá no momento em que o cliente puder projetar sua própria versão daquilo que realmente quer. Com isso, fica alterado completamente o processo usual de agregação de valor via inovação. Caberá agora ao cliente um papel importante e até arriscado, pois ele será parte integrante em todo processo de renovação e mudança.
--	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

Fonte: Adaptado de Chiavenato e Sapiro (2003).

Embora a inovação seja cada vez mais vista como uma importante maneira de assegurar vantagem competitiva e uma maneira mais segura de defender posições estratégicas, o sucesso não é sempre garantido (TIDD, BESSANT e PAVITT, 2008). Cabe ao administrador (ou líder) saber administrar seus experimentos e fazer com que ocorram menos falhas, onde o ponto central é assegurar-se de que os experimentos sejam bem concebidos e controlados, de forma a minimizar a incidência de falhas a fim de garantir, caso isso ocorra, que lições sejam aprendidas para evitar no futuro a queda na mesma armadilha (TIDD, BESSANT e PAVITT, 2008). Foram realizadas pesquisas acerca da verificação de estudos anteriores relacionados ao tema do presente estudo, e estão apresentados no Quadro 4.

**Quadro 4:** Estudos correlatos PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Autor (ano)	Objetivo	Metodologia	Principais resultados
Souza (2011)	Identificar processos de mudança que configuraram diferentes fases de aplicação da estratégia.	Estudo de caso único e exploratório.	Há um nível adequado de formalização da prática de planejamento estratégico nas organizações, este nível deve ser definido pela estruturação da prática na sua dinâmica social.
Vicenti, Starosky Filho e Toledo Filho (2012)	Identificar o nível de evidência nos relatórios da administração, das inovações em produtos/serviços, processos, marketing e organizacionais.	Pesquisa descritiva, com abordagem qualitativa, por meio de análise documental, nas empresas de Tecnologia da Informação listada na Bolsa de Valores, Mercadorias e Futuros de São Paulo (BM&FBOVESPA).	O nível de inovação evidenciado é baixo. Das oito empresas analisadas, três não evidenciaram nenhum elemento de inovação e cinco evidenciaram inovações em alguns dos elementos pesquisados.
Vicenti, Gomes e Machado (2013)	Identificar o nível de evidência das inovações em produto/serviço, processo, marketing e organizacionais nos Relatórios de Administração (RA).	Método de pesquisa descritiva e qualitativa, por meio da análise documental dos RA de 17 empresas, no período entre 2008 a 2010. das empresas do setor de alimentos, listadas na BM&F Bovespa.	As inovações nas melhorias em métodos de produção e distribuição foram as mais evidentes; o nível de inovação evidenciado é relativamente baixo, e geralmente está disperso nos RA, não apresentado de modo homogêneo, dificultando sua identificação precisa.

Nascimento e Botelho (2014)	Descrever os efeitos do Planejamento Estratégico (PE) em empresa de grande porte.	Método descritivo e exploratório, com abordagem qualitativa quantitativa, aplicado em empresa do setor de moinho de trigo.	Eficiência nas práticas de PE, melhorando assim a eficiência das atividades desenvolvidas pelos colaboradores, e por consequência a eficiência e eficácia nas atividades da empresa.
Dantas e Vieira (2015)	Identificar e comparar os meios/tipos de evidência das informações socioambientais entre as empresas do setor energético listadas na BM&FBOVESPA.	Pesquisa de caráter qualitativa, bibliográfica e descritiva, onde foram selecionadas inicialmente 73 empresas do setor energético que estão listadas no site da BM&FBOVESPA.	Verificou-se que das 22 empresas da amostra apenas 5 delas apresentam formas de evidência voluntária em seus relatórios de sustentabilidade, mostrando com isso que empresas não assumem como rigor a responsabilidade socioambiental.
Lopes e Beuren (2016)	Identificar os elementos de inovação, na perspectiva da Lei do Bem (Lei nº 11.196/2005), que são evidenciados no Relatório da Administração (RA) de empresas brasileiras.	Pesquisa descritiva e documental, baseada nos Relatórios da Administração do ano de 2011 das empresas selecionadas, e abordagem qualitativa do problema.	As empresas evidenciam práticas de inovação relacionadas à Lei do Bem; também permitem o estabelecimento de uma possível associação do desenvolvimento de produtos/processos com a realização de pesquisas.
Oliveira e Avellar (2016)	Verificar o impacto no desempenho produtivo e financeiro da Inovação Organizacional (IO) nas indústrias situadas no Brasil.	Estatística descritiva e estudo econométrico para testar a relação entre a IO e o desempenho financeiro (Receita Líquida) e produtivo (Produtividade do Trabalho).	Somente a IO, ou a IO realizada concomitantemente com outros tipos de inovação, não apresentaram influência significativa no desempenho financeiro e produtivo.

**Fonte:** Elaborado pelos autores.

Foi realizada inicialmente a pesquisa bibliográfica, para a construção do referencial teórico, alicerçando-se em livros, artigos científicos nacionais e internacionais, dissertações e teses relacionadas com o tema deste estudo. Quanto aos objetivos, a pesquisa foi classificada como descritiva e documental, e quanto a abordagem do problema, classifica-se como qualitativa.

Este estudo utilizou, como fonte documental de coleta de dados, os Relatórios da Administração das empresas do setor elétrico, presentes no Nível 1 de Governança Corporativa da BM&F Bovespa, dos anos de 2006 a 2016, disponibilizados no sítio da internet das empresas

participantes da pesquisa. A coleta dos dados se deu a partir da perspectiva da Lei do Bem (Lei nº 11.196/2005), acerca da evidenciação dos elementos de inovação presentes nestes relatórios.

As empresas pesquisadas foram: Centrais Elétricas Brasileiras (Eletrobrás), Companhia Paranaense de Energia (COPEL), Companhia Energética de São Paulo (CESP), Companhia de Transmissão Energia Elétrica Paulista (IsacTeep/CTeep), Companhia Energética de Minas Gerais (CEMIG), Companhia Estadual de Distribuição Energia Elétrica (CEEE-D), e Companhia Estadual de Geração e Transmissão Energia Elétrica (CEEE-GT).

Os Relatórios da Administração serão investigados para a verificação de evidenciação do Planejamento Estratégico, bem como se ele apresenta a intenção de realização de Inovações Organizacionais e seus tipos. Verificou-se a presença dos seguintes itens relacionados ao Planejamento Estratégico: (1) Evidenciação do Planejamento Estratégico, (2) Visão da Empresa, (3) Missão da Empresa, (4) Objetivos de Curto Prazo, (5) Pontos Fortes, (6) Pontos Fracos, (7) Oportunidades, e (8) Ameaças.

No Relatório de Administração, foram verificados os itens acerca da Inovação Organizacional, foi verificada a presença dos seguintes itens: (1) Inovação Organizacional, (2) Inovação em Técnicas de Gestão, (3) Inovação em Técnicas de Gestão Ambiental, (4) Inovação em métodos de organização do trabalho, e (5) Inovação nas relações externas com outras empresas ou instituições sem fins lucrativos.

Verificou-se também se no Planejamento Estratégico estão presentes os seguintes itens: (1) Inovação Organizacional, (2) Inovação em Técnicas de Gestão, (3) Inovação em Técnicas de Gestão Ambiental, (4) Inovação em métodos de organização do trabalho, e (5) Inovação nas relações externas com outras empresas ou instituições sem fins lucrativos.

## RESULTADOS DO ESTUDO

Inicialmente verificou-se a evidenciação dos itens do Planejamento Estratégico, constantes nos Relatórios de Administração apresentados pelas referidas empresas. Os itens verificados foram: “Evidenciação do Planejamento Estratégico”, “Visão da Empresa”, “Missão da Empresa”. “Objetivos de Curto Prazo”, “Pontos Fortes”, “Pontos Fracos”, “Oportunidades”, e “Ameaças”.

Confirmou-se que todas as empresas pesquisadas apresentaram uma média de 100% em todos os itens que devem conter nos Relatórios de Administração acerca do Planejamento Estratégico, exceto a empresa IsacTeep, que nos relatórios de 2006 e 2007 não apresentaram os Objetivos de Curto Prazo, os Pontos Fracos e nem as Ameaças nos presentes períodos, ao final da análise com média de 82% entre 2006 a 2016. O Quadro 5 apresenta os resultados da pesquisa acerca da IO verificados nos RA.

**Quadro 5:** Itens da Inovação Organizacional verificados nos Relatórios de Administração

2006 a 2016	Eletrobrás	Copel	CESP	IsacTeep	CEMIG	CEEE- D	CEEE- GT
	Média	Média	Média	Média	Média	Média	Média
Inovação Organizacional	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Inovação em Técnicas de Gestão	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Inovação em Técnicas de Gestão Ambiental	100%	82%	82%	100%	100%	91%	91%
Inovação em métodos de organização do trabalho	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Inovação nas relações externas com outras empresas ou instituições sem fins lucrativos	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Fonte: Elaborado pelo autor.

Quanto aos itens acerca da Inovação Organizacional, verificados nos Relatórios de Administração, com base na Figura 5 as empresas Copel e CESP em 2006 e 2007 não apresentaram as técnicas de gestão ambiental e já as empresas CEEE-D e CEEE-GT não apresentaram as técnicas de gestão ambiental em 2006, com média de 91%, sendo que a partir deste ano as empresas possuíam evidênciação de todos os itens em seus relatórios administrativos totalizando uma média de 100%. Contudo as empresas Eletrobrás, IsacTeep e CEMIG tiveram uma média de 100% em todos os itens acerca da Inovação Organizacional verificados nos Relatórios de Administração.

O Quadro 6 verifica a Inovação Organizacional presente no Planejamento Estratégico das empresas. As empresas Copel e CESP, em 2006 e 2007, não apresentaram as técnicas de gestão ambiental no Planejamento Estratégico da empresa, com média de 82%, e as empresas CEEE-D e CEEE-GT deixaram de apresentar o mesmo item em 2006, com média final de 91%, sendo o restante das empresas com média 100% para apresentação de todos os itens de inovação acerca do Planejamento Estratégico.

**Quadro 6:** Itens acerca da Inovação Organizacional verificados no Planejamento Estratégico

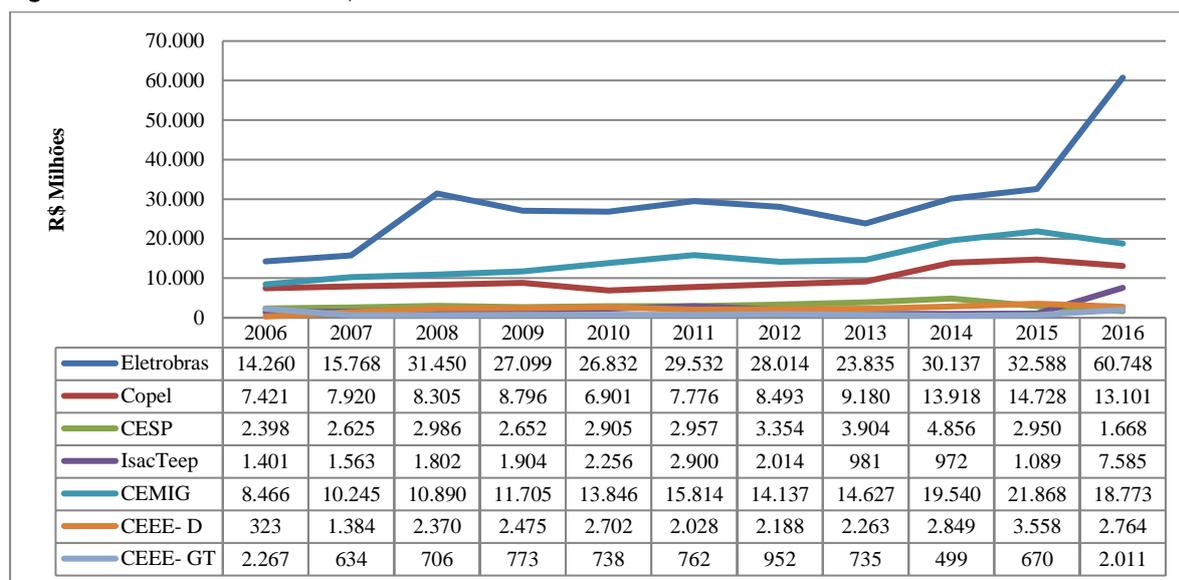
2006 a 2016	Eletrobrás	Copel	CESP	IsacTeep	CEMIG	CEEE- D	CEEE- GT
	Média	Média	Média	Média	Média	Média	Média
Inovação Organizacional	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Inovação em Técnicas de Gestão	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Inovação em Técnicas de Gestão Ambiental	100%	82%	82%	100%	100%	91%	91%
Inovação em métodos de organização do trabalho	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Inovação nas relações externas com outras empresas ou instituições	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

sem fins lucrativos							
---------------------	--	--	--	--	--	--	--

Fonte: Elaborado pelo autor.

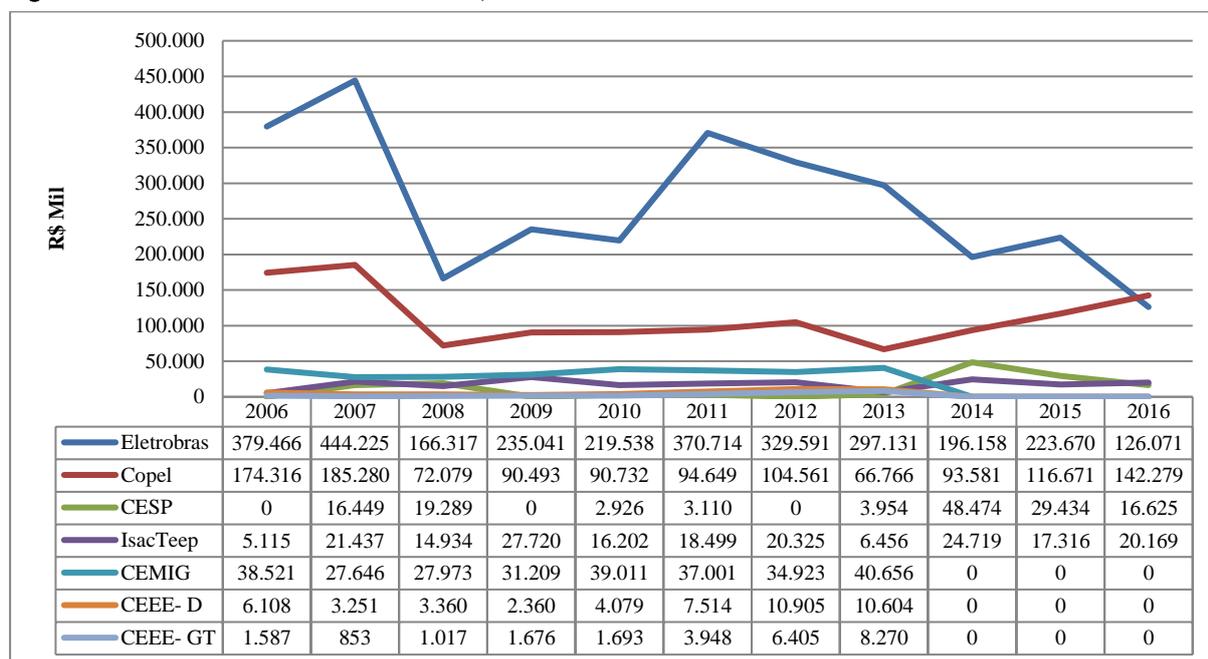
A pesquisa realizada quantificou também a relação da Receita de Vendas, evidenciada pelos RA. A Figura 1 apresenta a evolução da Receita de Vendas no período analisado.

Figura 1: Receita de Vendas no período de 2006 a 2016



Fonte: Dados do estudo.

Observou-se na Figura 1 que a Eletrobrás foi a empresa que possui a maior Receita de Vendas, comparando-se com as demais pesquisadas, com destaque para o ano de 2016, que obteve praticamente o dobro da Receita de Vendas comparando-se com o ano de 2015. Destaca-se também a Receita de Vendas da IsacTeep, no ano de 2016 foi sete vezes maior que a do período anterior. A Figura 2 apresenta os resultados das empresas pesquisadas acerca dos investimentos em P&D.

**Figura 2:** Total do Investimento em P&D no período de 2006 a 2016

Fonte: Dados do estudo.

Destaca-se que a Eletrobrás e a Copel tiveram, nos anos analisados, os maiores investimentos em P&D, se comparados os valores com os das demais empresas. Observou-se também que os investimentos em P&D da Eletrobrás tiveram considerável redução no ano de 2008, sendo este o menor valor de investimentos em P&D desta empresa. O ano de 2008 também foi considerado como o de menor investimento em P&D da Copel, que reduziram para menos da metade, em comparação com o período anterior. A Cesp em 2006, 2009 e 2012 não apresentou resultados, bem como a Cemig, CEEE-D e CEEE-GT nos anos de 2014, 2015 e 2016.

## CONSIDERAÇÕES FINAIS

Buscou-se investigar neste estudo a incidência da IO no Planejamento Estratégico das empresas do setor elétrico, presentes no Nível 1 de Governança Corporativa da BM&F Bovespa. O estudo permitiu identificar que a maioria das empresas pesquisadas possuía a evidenciação dos itens decorrentes sobre a IO e o Planejamento Estratégico em seus relatórios administrativos desde a consolidação da Lei do Bem (Lei nº 11.196/2005), no período de observação entre 2006 a 2016.

Foi identificado que nos relatórios Administrativos, continham a maioria dos itens componentes do Planejamento Estratégico das empresas. Segundo Oliveira (2013, p. 4) “o planejamento é um processo contínuo, um exercício mental que é executado pela empresa, independentemente de vontade específica de seus executivos, sendo essa a razão de algumas empresas não terem um processo de planejamento estruturado, mas, mesmo assim,

apresentam algumas ações planejadas”.

Verificou a existência de similaridade do Planejamento Estratégico entre as empresas, onde as mesmas objetivam sempre a sustentabilidade (controle seguro com o meio-ambiente) e a melhor qualidade de energia produzida para distribuição em cada canto do país. Também se pode identificar que a Inovação organizacional é considerada sempre um dos itens essenciais para o desenvolvimento do planejamento estratégico nas empresas.

Como indicação de pesquisas futuras, seria interessante tratar-se do mesmo tema e objetivo em segmentos de atuações diferentes ao realizado nesta referida pesquisa, como também pesquisar sobre outros níveis de governança listados no BM&FBOVESPA, tais como o nível de mercado novo ou empresas listadas em nível dois de governança corporativa com o mesmo objetivo a ser alcançado.

Considerou-se que este estudo possui limitações, visto o tamanho da amostra investigada, e por isso, alguns dados estavam obsoletos, contendo assim, informações divergentes em alguns anos analisados, tornando a compilação dos dados trabalhosa.

Contudo, considerou-se que todas as empresas pesquisadas evidenciam as principais práticas de Inovação Organizacional e Planejamento Estratégico, relacionadas à Lei do Bem, com base na hipótese destacada nesta pesquisa as empresas do setor elétrico apresentam informações acerca da IO em seus Planejamentos Estratégicos, mas apenas quatro empresas no ano de 2006 e 2007 que não apresentaram alguns itens acerca da IO, o longo dos outros períodos foram evidenciados de formas detalhadas e específicas. Sendo este, um estudo que faz jus a necessidade das empresas em evidenciar as informações relevantes aos seus usuários.

## REFERÊNCIAS

ALMEIDA, M. I. R. **Manual do Planejamento Estratégico**: desenvolvimento de um plano estratégico com a utilização de planilhas Excel. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2010.

ANDRADE, A. R. **Planejamento Estratégico**: formulação, implementação e controle. São Paulo: Atlas, 2012.

CHIAVENATO, I.; SAPIRO, A. **Planejamento estratégico**: fundamentos e aplicações. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.

DANTAS, E. D. M.; VIEIRA, A. S. Evidenciação obrigatória e voluntária: um estudo de caso junto às empresas do setor energético listadas na BM&FBOVESPA. **Revista Eletrônica em Gestão, Educação e Tecnologia Ambiental Santa Maria**, v. 19, n. 2, mai-ago. 2015.

FISCHMANN, A. A.; ALMEIDA, M. I. R. **Planejamento estratégico na prática**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

FLORIANI, R.; BEUREN, I. M.; HEIN, N. Análise comparativa da evidenciação de aspectos de

inovações em empresas construtoras e multisetoriais. **Revista de Gestão da Tecnologia e Sistemas de Informação**, v. 7, n. 3, 2010.

IUDÍCIBUS, S. de. **Teoria da Contabilidade**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2000.

LOPES, I. F.; BEUREN, I., M. Evidenciação da inovação no Relatório da Administração: uma análise na perspectiva da Lei do Bem (Lei no. 11.196/2005). **Perspectivas em Gestão & Conhecimento**, v. 6, n. 1, 2016.

OLIVEIRA, C. E.; AVELLAR, A. P. M. O impacto da inovação organizacional no desempenho produtivo e financeiro de indústrias de transformação situadas no Brasil. **Encontro Nacional de Economia Industrial e Inovação – ENEI**, v. 3, n. 4, 2016.

OLIVEIRA, D. P. R. de. **Planejamento Estratégico: Conceitos, Metodologia e Práticas**. 31. ed. São Paulo: Atlas, 2013.

OLIVEIRA, D. P. R. de. **Planejamento Estratégico: Conceitos, Metodologia e Práticas**. 33. ed. São Paulo: Atlas, 2015.

OCDE. **Manual de Oslo**: diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação. 3ª ed. Rio de Janeiro: FINEP, 2005.

SCHUMPETER, J. A. **The theory of economic development**. Cambridge: Harvard University Press, 1934.

SOUZA, C. M. L. de. Entre o Planejamento estratégico formal e informal: um estudo de caso exploratório sobre a prática de estratégia nas organizações. **Revista de Administração Contemporânea**. Curitiba, v. 15, n. 5, p. 855-876, set./out. 2011.

SUAVE, R.; CODESSO, M. M.; PINTO, H. M.; VICENTE, E. F. R.; LUNKES, R. J. Divulgação de Passivos Contingentes nas empresas mais líquidas da BM&FBovespa. **Revista da UNIFEBE**, v. 1, n, 11, 2013.

SZUSTER, N.; CARDOSO, R. L.; SZUSTER, F. R.; SZUSTER, F. R.; SZUSTER, F. R. **Contabilidade Geral**: introdução à contabilidade societária. 3 ed. São Paulo: Atlas, 2011.

TIDD, J.; BESSANT, J.; PAVITT, K. **Gestão da Inovação**. 3 ed. Porto Alegre: Bookman, 2008.

VASCONCELOS, Y. L.; VIANA, A. L. Evidenciação: forma e qualidade. **Revista do Conselho Federal de Contabilidade**, Brasília, n. 134, p. 21-29, mar./abr. 2002.

VICENTI, T.; GOMES, G.; MACHADO, D. D. P. N. Evidenciação das inovações em Relatórios de Administração de empresas da indústria alimentícia listadas na BM&F Bovespa. **Revista Gestão & Tecnologia**, v. 13, n. 1, 2013.

VICENTI, T.; STAROSKY FILHO, L; TOLEDO FILHO, J. R. Evidenciação das inovações realizadas pelas empresas de tecnologia da informação. **Revista de Contabilidade do Mestrado em Ciências Contábeis da UERJ**, v. 17, n. 2, 2012.