

A EVIDENCIAÇÃO DA INOVAÇÃO ORGANIZACIONAL NO PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO DAS EMPRESAS DO SETOR ELÉTRICO

Carine Vieira Franco da Silva (UFU) carinefrancovs@gmail.com

Orientador: Dr. Carlos Eduardo de Oliveira (UFU) carlos.oliveira@ufu.br

Resumo

A necessidade de apresentação de um planejamento estratégico pelas empresas, bem como ter um controle gerencial e inovador, visando o futuro, é importante. Buscou-se nesta pesquisa descritiva, com abordagem quantitativa, verificar 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) das empresas selecionadas, a 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. 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.

1 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. Para Goldemberg e Lucon (2007) a energia, ar e água são ingredientes essenciais à vida humana; nas sociedades primitivas, o custo da energia era praticamente zero, e a mesma era obtida da lenha das florestas para aquecimento e atividades domésticas, como cozinhar.

Com o avanço tecnológico e o crescimento populacional, a dependência das fontes de energia se tornou maiores, e as fontes primárias não eram mais suficientes para o abastecimento de uma população em crescimento, tanto no que se refere ao consumo desta população, quanto em tecnologia. “Aos poucos, porém, o consumo de energia foi crescendo na medida em que outras fontes se tornaram necessárias. Durante a Idade Média, as fontes de energia, de cursos d’água e dos ventos foram utilizadas, mas em quantidades insuficientes para suprir as necessidades de populações crescentes, sobretudo nas cidades” (GOLDEMBERG, LUCON. 2007). Contudo, as pessoas e empresas tornaram-se dependentes da energia, onde sua importância é de grande valia para todos.

Em um mercado competitivo, a permanência das empresas nesta ampla concorrência, faz com que elas 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). Com isso, a evidenciação das informações pelas empresas torna-se importante, pois a mesma, segundo Iudícibus (2000), deve apresentar informação qualitativa e quantitativa de maneira ordenada, deixando o mínimo de informações fora dos demonstrativos formais, a fim de propiciar uma base adequada de informação para o usuário. Segundo a Resolução CFC nº. 1.055/05 e alterações posteriores, do Pronunciamento Técnico CPC 22 (Informações por Segmento), a entidade deve divulgar informações que permitam aos usuários das demonstrações contábeis avaliarem a natureza e os efeitos financeiros das atividades de negócio nos quais está envolvida e os ambientes econômicos em que opera.

Para que a empresa se destaque entre as demais, no tocante à implementação da inovação dentro da organização, deve se preocupar em possuir todos os dados, lançamentos e informações contábeis sempre atualizadas e corretas, para melhor compreensão dos usuários destas informações. Para interpretar as demonstrações financeiras de uma empresa, você tem que saber interpretar os números; para isso precisa aprender contabilidade (SZUSTER et al. 2011). Através da contabilidade é que se traçam objetivos, se mensuram resultados e se avaliam desempenhos; é por meio dos relatórios, elaborado com base no sistema de informações contábeis, que administradores decidem quanto ao preço a ser praticado, ao *mix* de produtos a ser vendido e a tecnologia a ser utilizada (SZUSTER et al. 2011).

Considera-se relevante, 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. Observa-se que o planejamento pode ser definido como um processo por meio do qual se estabelecem objetivos, discutem-se expectativas de ocorrências de situações previstas, veiculam-se informações e comunicam-se resultados pretendidos entre pessoas, entre unidades de trabalho, entre departamentos de uma empresa e, mesmo, entre empresas (LIMMER, 2012).

O propósito da administração estratégica é assegurar que a empresa se integre apropriadamente ao ambiente externo, e enfatiza a importância da implementação do planejamento estratégico, considerando que o ambiente nas organizações muda constantemente, e estas devem transformar-se de maneira adequada, para assegurar que suas metas possam ser alcançadas (CERTO, 2010).

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).

Segundo Oliveira (2013, p. 06) “O planejamento não é um ato isolado. Portanto, deve ser visualizado como um processo composto de ações inter-relacionadas e interdependentes que visam ao alcance de objetivos previamente estabelecidos”. Para Limmer (2012, p. 15) planejamento é “como um processo por meio do qual se estabelecem objetivos, discutem-se expectativas de ocorrências de situações previstas, veiculam-se informações e comunicam-se resultados pretendidos entre pessoas, entre unidades de trabalho, entre departamentos de uma empresa e, mesmo, entre empresas”.

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**. Considera-se como hipótese teórica 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. Como objetivos específicos, apresentam-se os seguintes:

- Identificar, nos Relatórios da Administração, a divulgação do Planejamento Estratégico, e alguns de seus componentes, quais sejam: visão, missão, objetivos de curto e longo prazo, pontos fortes e fracos, oportunidades e ameaças. De acordo com Andrade (2012), o desenvolvimento de um processo de planejamento estratégico inclui etapas a serem seguidas; no entanto, ressalvando-se de diferenças de estilo ou forma de apresentação, os seus passos podem ser desenvolvidos na seguinte sequência: definição do negócio, identificação da missão, definição da visão estratégica, análise SWOT (fatores internos, fatores externos), posicionamento estratégico da organização, objetivos estratégicos e planos de ação.
- Verificar se existem similaridades do Planejamento Estratégico entre as empresas pesquisadas, bem como identificar aspectos que se diferem.
- Identificar se a IO é um dos componentes considerados pelo Planejamento Estratégico, e quais os tipos de IO são mencionados.

Este estudo se justifica pela necessidade das empresas em evidenciar as informações relevantes aos seus usuários, especificamente aquelas apresentadas no Relatório da Administração acerca do Planejamento Estratégico e da incidência da IO nesse instrumento de gestão. 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 a plataforma teórica acerca da evidenciação da informação, do Planejamento Estratégico, da IO, bem como a apresentação de estudos anteriores relacionados ao tema deste estudo; a terceira apresenta os procedimentos metodológicos, a quarta os resultados do estudo e a quinta é composta das considerações finais da pesquisa.

2 Referencial teórico

2.1 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).

Segundo a Resolução CFC nº. 1.055/05 e alterações posteriores, do Pronunciamento Técnico CPC 22 (Informações por segmento) “a entidade deve divulgar informações que permitam aos usuários das demonstrações contábeis avaliarem a natureza e os efeitos financeiros das atividades de negócio nos quais está envolvida e os ambientes econômicos em que opera”. As informações apresentadas nas demonstrações contábeis devem ser diretas e claras. Portanto, devem ser prontamente entendidas pelos usuários que possuem um conhecimento razoável dos negócios, das atividades econômicas e de contabilidade (SZUSTER et al., 2011).

Ainda de acordo com o CPC 22, a entidade deve divulgar separadamente as informações sobre o segmento operacional que atenda a qualquer um dos seguintes parâmetros: (a) sua receita reconhecida, incluindo tanto as vendas para clientes externos quanto as vendas ou transferências inter-segmentos, é igual ou superior a 10% da receita combinada, interna e externa, de todos os segmentos operacionais; (b) o montante em termos absolutos do lucro ou prejuízo apurado é igual ou superior a 10% do maior, em termos absolutos, dos seguintes montantes: (i) lucro apurado combinado de todos os segmentos operacionais que não apresentaram prejuízos; e (ii) prejuízo apurado combinado de todos os segmentos operacionais que apresentaram prejuízos; (c) seus ativos são iguais ou superiores a 10% dos ativos combinados de todos os segmentos operacionais.

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). E os autores afirmam ainda que “para ser útil, a informação deve ser confiável, ou seja, deve estar livre de erros e representar com prioridade aquilo que se propõe a representar” (SZUSTER et al., 2011). O autor Suave et al. (2013) afirma que “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”.

Segundo Gonçalves et al. (2008) “espera-se que empresas que possuam maior nível de governança corporativa divulguem mais informações e com melhor qualidade.” Com este pensamento esta pesquisa foi realizada a fim de verificar a representação de tais informações das empresas listadas pelo Nível 1 de Governança Corporativa no setor elétrico no BM&F BOVESPA.

2.2 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”.

Segundo Oliveira (2013, p. 18) “planejamento tático é a metodologia administrativa, que tem por finalidade otimizar determinada área de resultado e não a empresa como um todo.

Portanto, trabalha com decomposições dos objetivos, estratégias e políticas estabelecidos no planejamento estratégico”. Fischmann e Almeida (2011, p. 25) acreditam que “planejamento tático (orçamento) é um planejamento de curto prazo, predominantemente quantitativo, abrangendo decisões administrativas e operações e visando a eficiência da organização”.

O planejamento está intimamente ligado ao gerenciamento de um empreendimento; onde um projeto pode ser definido como um empreendimento singular com objetivos bem definidos, a ser materializado segundo um plano preestabelecido e dentro de condições de prazo, custo, qualidade e risco previamente definidos (LIMMER, 2012, p. 9).

Quanto ao planejamento operacional, Oliveira (2013, p. 19) afirma que “é a formalização, principalmente através de documentos escritos, das metodologias de desenvolvimento e implementação de resultados específicos a serem alcançados pelas áreas funcionais da empresa”. O Quadro 1 apresenta algumas definições de Planejamento Estratégico.

Quadro 01: 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 pelo autor.

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.

2.3 Alguns aspectos da Inovação Organizacional (IO)

A inovação é movida pela habilidade de estabelecer relações, detectar oportunidades e tirar proveito das mesmas (TIDD; BESSANT; 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).

Segundo Schumpeter (1934) “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.” 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; PAVITT. 2008).

O Quadro 2 apresenta os quatro tipos de inovações existentes com base nos autores. Muitas ideias de inovação na empresa emergem da análise das necessidades de processos, mudanças nos canais de valor e fracassos inesperados, para os quais se tenta uma reversão. (CHIAVENATO; SAPIRO, 2003). A vantagem competitiva de uma empresa para outra se dá pela forma que analisam os aspectos referentes a inovação organizacional e ao desenvolvimento de novos produtos que a diferencie das demais empresas.

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).

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 (naquilo em que as pessoas acreditam, esperam, querem e ganham) criam oportunidades e restrições”. O Quadro 3 mostra alguns aspectos que decorre sobre a aplicação da Inovação organizacional.

Quadro 3: Aspectos que decorre sobre a Inovação Organizacional

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 á 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 na próxima seção.

2.4 Estudos anteriores

O estudo de Souza (2011) teve como objetivo identificar processos de mudança que configuraram diferentes fases de aplicação dessa estratégia como prática ao longo dos anos com características distintas de (in) formalidade. Utilizou como método o estudo de caso único e exploratório. Os principais resultados foram que se 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) realizaram estudo que teve como objetivo identificar o nível de evidência nos relatórios da administração, das inovações em produtos/serviços, processos, marketing e organizacionais nas empresas de Tecnologia da Informação listada na Bolsa de Valores, Mercadorias e Futuros de São Paulo (BM&FBOVESPA). Realizou-se pesquisa descritiva, com abordagem qualitativa, por meio de análise documental. Os resultados mostraram que 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.

O trabalho de Vicenti, Gomes e Machado (2013) teve como objetivo identificar o nível de evidência das inovações em produto/serviço, processo, marketing e organizacionais nos Relatórios de Administração (RA) das empresas do setor de alimentos, listadas na BM&F Bovespa. Utilizaram como método de pesquisa descritiva e qualitativa, por meio da análise documental dos RA de 17 empresas, no período entre 2008 a 2010. Os principais resultados alcançados foram que as inovações nas melhorias em métodos de produção e distribuição foram as mais evidentes. Pode-se também observar que o nível de inovação evidenciado é relativamente baixo, e geralmente está disperso nos RA, não apresentado de modo homogêneo, dificultando sua identificação precisa.

Ponte, Nascimento e Botelho (2014) realizaram uma pesquisa que trata das práticas de planejamento estratégico a uma empresa de grande porte no segmento de moinho de trigo e teve como objetivo descrever os efeitos do planejamento estratégico nos setores da empresa objeto de estudo. A metodologia adotada tem caráter descritivo exploratório, com abordagem qualitativa quantitativa. E os principais resultados apontam uma eficiência nas práticas de planejamento estratégico, melhorando assim a eficiência das atividades desenvolvidas pelos colaboradores, e por consequência a eficiência e eficácia nas atividades da empresa.

O estudo de Oliveira (2015) teve como objetivo apresentar os principais problemas e obstáculos apontados pelas empresas brasileiras para a realização de inovação. O objeto de pesquisa foram empresas que apresentaram algum tipo de inovação, de acordo com as Pesquisa de Inovação (PINTEC), realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), das edições de 2000, 2003, 2005 e 2008. Realizou-se pesquisa documental na literatura recente; utilizou-se como procedimento técnico o levantamento, das empresas inovadoras, na base de dados da PINTEC, identificando-se os problemas e obstáculos apontados pelas empresas, considerando seu grau de importância, e os resultados foram apresentados de forma descritiva. Os principais resultados identificaram que os problemas e obstáculos que se destacaram, como de grau “alto e médio”, foram a “escassez de fontes apropriadas de financiamento”, “elevados custos da inovação” e “riscos econômicos excessivos”.

Dantas e Vieira (2015) realizaram estudo onde o objetivo geral foi identificar e comparar os meios/tipos de evidência das informações socioambientais entre as empresas do setor energético listadas na BM&FBOVESPA. O trabalho trata-se de uma pesquisa de caráter quali-quantitativa, bibliográfica e descritiva, onde foram selecionadas inicialmente 73

empresas do setor energético que estão listadas no site da BM&FBOVESPA para compor o universo da pesquisa. Contudo, a partir da análise dos dados levantados, verificou-se que das 22 empresas da amostra apenas 5 delas apresentam formas de evidenciação voluntária em seus relatórios de sustentabilidade, mostrando com isso que empresas não assumem como rigor a responsabilidade socioambiental.

Oliveira (2016) realizou estudo que teve como objetivo apresentar as principais dificuldades que as empresas situadas nos países da Comunidade Europeia (CE) têm para a realização de inovações, e compará-los com as dificuldades apontadas pelas empresas situadas no Brasil. Utilizou como método a análise dos dados obtidos da *Community Innovation Survey* (CIS), edições de 2006 (CIS5) e 2010 (CIS7), e no Brasil, da Pesquisa de Inovação (PINTEC), realizada pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE), edições de 2005 e 2008. Os principais resultados obtidos foram que as principais dificuldades encontradas pelas empresas da CE para a realização da inovação são as empresas para as quais mercados dominados por empresas estabelecidas serem fatores muito importantes que dificultam as atividades de inovação, dificuldades para encontrar parceiros de cooperação para a inovação e a falta de pessoal qualificado. Para as empresas brasileiras, as maiores dificuldades são a escassez de fontes apropriadas de financiamento, os elevados custos da inovação, riscos econômicos excessivos e a falta de pessoal qualificado.

O estudo de Lopes e Beuren (2016) teve como objetivo identificar os elementos de inovação, na perspectiva da Lei do Bem (Lei nº 11.196/2005), que são evidenciados no Relatório da Administração de empresas brasileiras. Utilizaram como método a pesquisa descritiva, que foi realizada por meio de categorias de análise. Como procedimentos adotou-se a pesquisa documental, baseada nos Relatórios da Administração do ano de 2011 das empresas selecionadas, e abordagem qualitativa do problema. Os principais resultados mostram que 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) realizaram um estudo que teve como objetivo verificar a realização da Inovação Organizacional (IO) nas indústrias situadas no Brasil, sua realização concomitantemente com outros tipos de inovação e analisar o impacto no desempenho das empresas, medido pela Receita Líquida de Vendas e pela Produtividade do Trabalho. Utilizou como método de avaliação duas etapas, sendo elas: Na primeira etapa da estratégia empírica é desenvolvida uma análise de estatística descritiva da amostra de empresas analisadas, e na segunda parte, realiza-se um estudo econométrico para testar a relação entre inovação organizacional e desempenho das empresas (RLV e PT). Os principais resultados apontam que somente a IO, ou a IO realizada concomitantemente com outros tipos de inovação, não apresentaram influência significativa no desempenho financeiro e produtivo.

3 Procedimentos Metodológicos

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. A finalidade da pesquisa bibliográfica, segundo Marconi e Lakatos (2010) é colocar o pesquisador em contato direto com o que foi escrito acerca de determinado assunto.

Quanto aos objetivos, a pesquisa foi classificada como descritiva, que, segundo Martins Junior (2013, p. 84), “uma pesquisa descritiva visa descobrir e observar fenômenos existentes, situações presentes e eventos, procurando descrevê-los, classificá-los compará-los,

interpretá-los e avaliá-los, com o objetivo de aclarar situações para idealizar futuros planos e decisões”.

Foi realizada pesquisa documental, que, para Marconi e Lakatos (2010), “a característica da pesquisa documental é que a fonte de coleta de dados está restrita a documentos”. 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. 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.

Quanto a abordagem do problema, a pesquisa classifica-se como qualitativa, onde segundo Creswell (2010), a investigação qualitativa emprega diferentes concepções filosóficas, estratégias de investigação e métodos de coleta, análise e interpretação de dados; os procedimentos qualitativos baseiam-se em dados de texto e imagem, têm passos singulares na análise de dados e se valem de diferentes estratégias de investigação.

4 Resultados do estudo

As empresas pesquisadas para o presente estudo são especificamente as presentes no Nível 1 de Governança Corporativa da BM&F Bovespa, dos anos de 2006 a 2016, no segmento do setor elétrico, utilizando-se como fonte de análise das informações, os Relatórios da Administração dessas empresas. 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.

Inicialmente verificou-se a evidenciação dos itens do Planejamento Estratégico, constantes nos Relatórios de Administração apresentados pelas referidas empresas, e os resultados estão apresentados no Quadro 4.

Quadro 4: Itens acerca do Planejamento Estratégico verificados nos Relatórios de Administração

2006 a 2016	Eletrobrás	Copel	CESP	IsacTeep	CEMIG	CEEE- D	CEEE- GT
	Média	Média	Média	Média	Média	Média	Média
Evidenciação do Planejamento Estratégico	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Visão da Empresa	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Missão da Empresa	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Objetivos de Curto Prazo	100%	100%	100%	82%	100%	100%	100%
Pontos Fortes	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Pontos Fracos	100%	100%	100%	82%	100%	100%	100%
Oportunidades	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Ameaças	100%	100%	100%	82%	100%	100%	100%

Fonte: Elaborado pelo autor.

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 acerca 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 no Quadro 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 evidência 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.

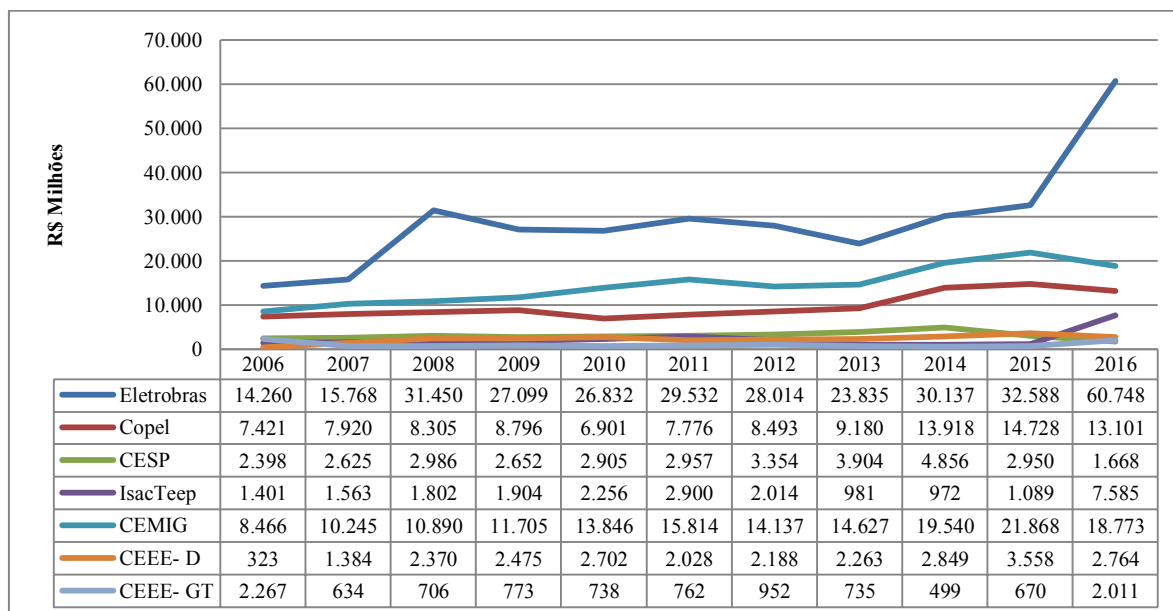
Quadro 6: Itens acerca da Inovação Organizacional que serão verificados no Planejamento Estratégico

2006 a 2016	Eletróbrás	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.

Conforme a análise das informações apresentadas no Quadro 6, 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. A pesquisa realizada quantificou também a relação da Receita de Vendas, Lucro\Prejuízo, Ativo Total e Intangível, os Investimentos em P&D e o EBITDA, evidenciado pelos RA. A Figura 1 apresenta a evolução da Receita de Vendas no período analisado.

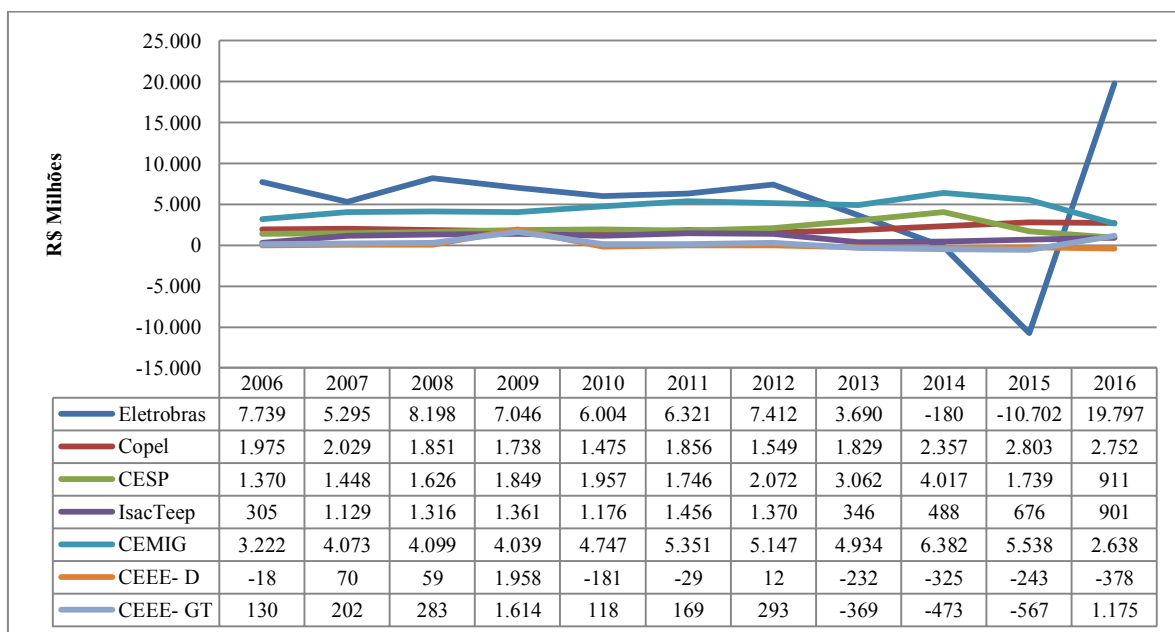
Figura 1: Receita de Vendas no período de 2006 a 2016



Fonte: Dados do estudo.

Observou-se na Figura 1 que a Eletróbrás 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 representa o EBITDA evidenciados entre os períodos de 2006 a 2016.

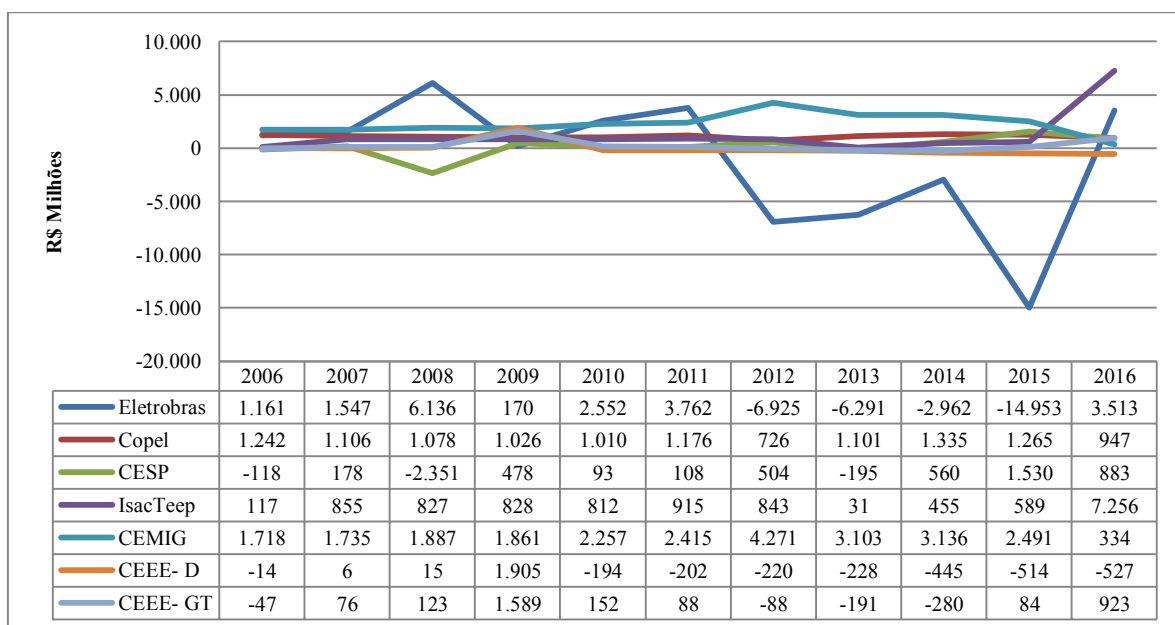
Figura 2: EBITDA no período de 2006 a 2016



Fonte: Dados do estudo.

A Figura 2 mostra a evolução do Ebitda/Lajida, onde é obtido a partir do resultado dos lucros antes de juros, impostos, depreciação e amortização. Observa-se o Ebitda da Eletrobrás superior ao das empresas pesquisadas, do ano de 2006 até 2012, em 2013 o maior Ebitda foi da Cemig, o qual foi superior ao das demais empresas nos anos de 2013, 2014 e 2015. A Figura 3 apresenta a evolução do Lucro/Prejuízo no período analisado.

Figura 3: Lucro/Prejuízo no período de 2006 a 2016

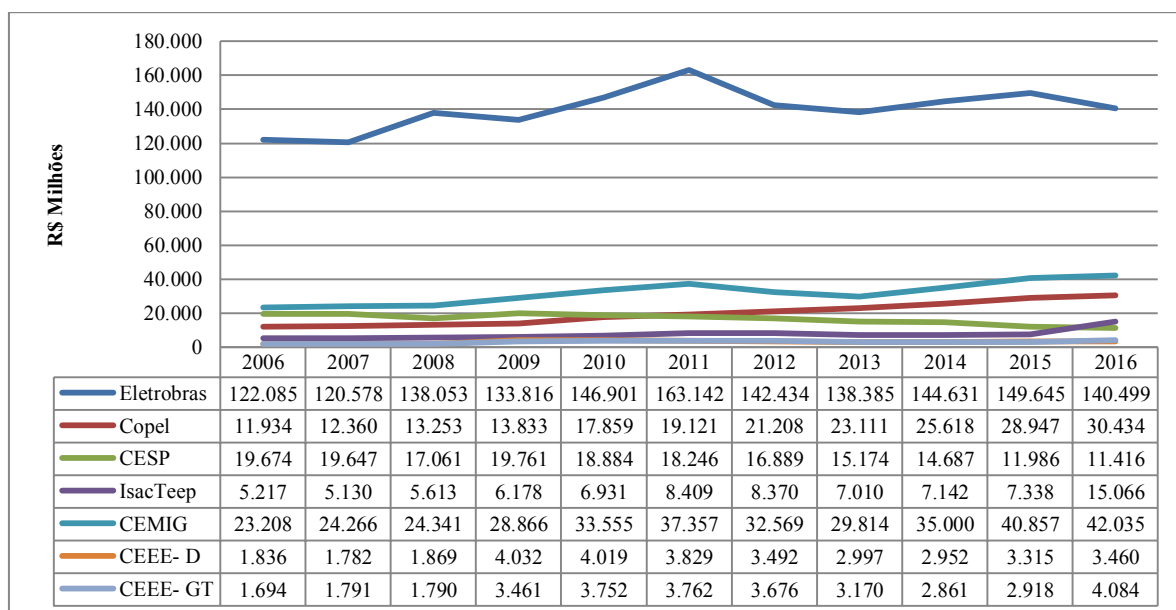


Fonte: Dados do estudo.

Com base na Figura 3 pode-se observar que a Eletrobrás apresentou uma sequência de prejuízos entre os anos de 2012 até 2015, e seu melhor resultado foi no ano de 2008. A empresa CEEE-D apresentou prejuízo sucessivos de 2010 até 2016. A CEMIG em 2014 a 2016 obteve lucros em um nível significativamente inferior aos obtidos nos anos anteriores analisados. Cabe ressaltar que a empresa Cesp no ano de 2008 obteve um prejuízo superior ao

das demais empresas e também o maior em sua sequência temporal. A Figura 4 mostra a evolução do ativo das empresas ao longo dos períodos analisados.

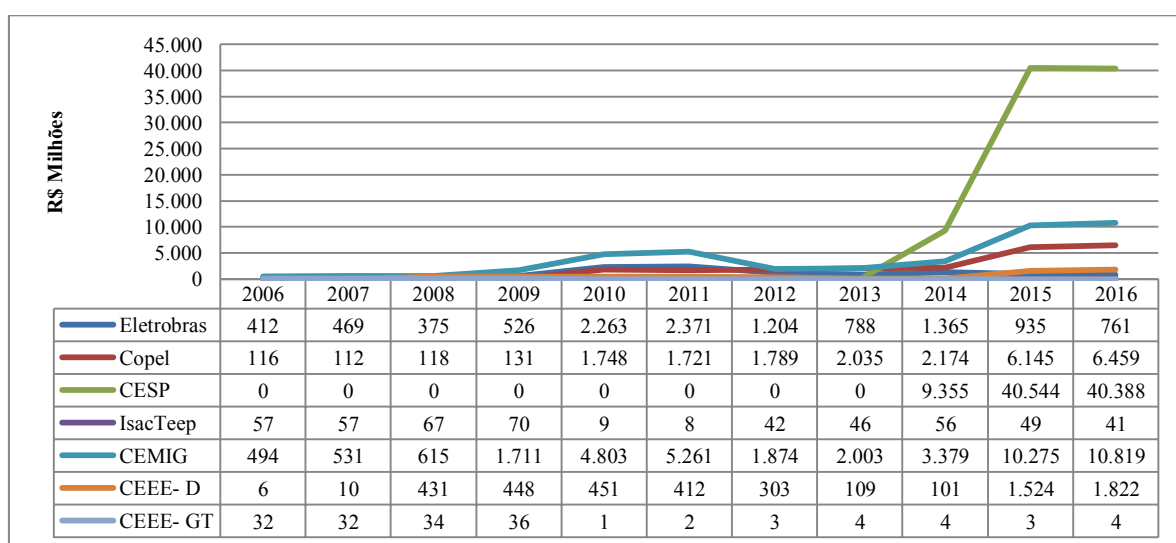
Figura 4: Total do Ativo no período de 2006 a 2016



Fonte: Dados do estudo.

Destaca-se que os Ativos da Eletrobrás são significativamente superiores aos das demais empresas pesquisadas, e que teve evolução positiva ao longo do período de 2006 até 2011, onde obteve seu ápice, sofrendo uma redução nos anos seguintes. Os valores dos Ativos das demais empresas mantiveram-se estáveis até no ano de 2013, onde observou-se redução considerável de seus valores. Chama a atenção os valores do Ativo da CEMIG à partir de 2014, onde nota-se considerável redução, em relação aos anos anteriores. Observou-se que o Ativo da IsacTeep de 2016 foi praticamente o dobro do ano anterior. A Figura 5 apresenta a evolução do Intangível das empresas pesquisadas.

Figura 5: Total do Intangível no período de 2006 a 2016



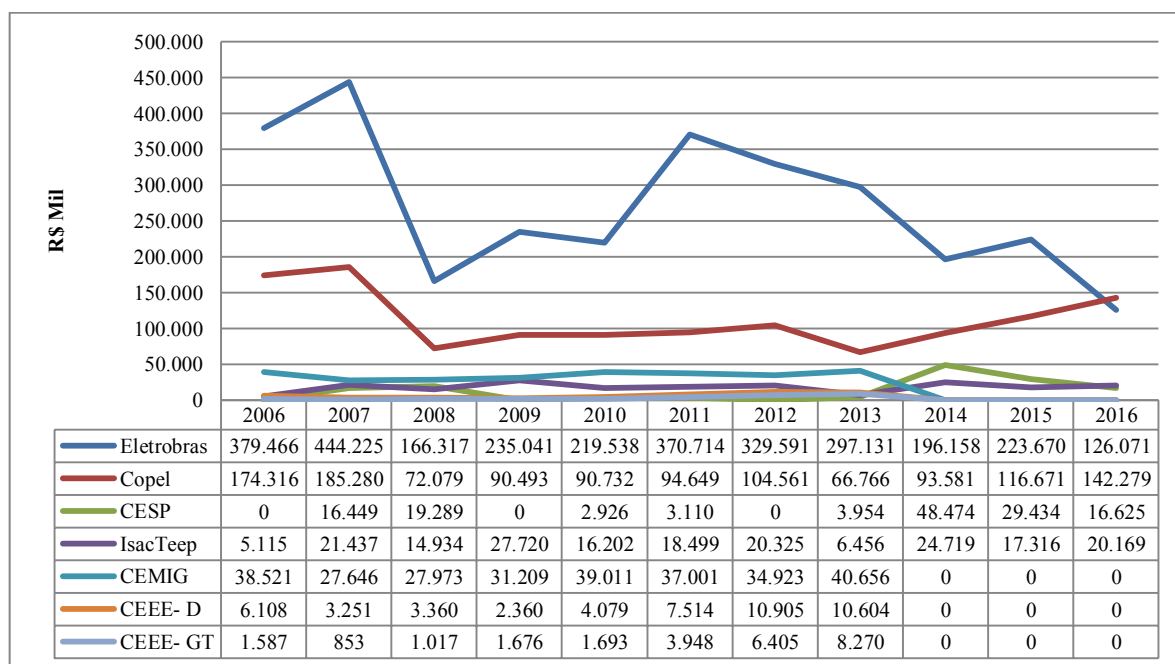
Fonte: Dados do estudo.

O Intangível da Eletrobrás, Copel e Cemig tiveram um considerável aumento no ano de 2010, comparado com o ano anterior. Observou-se também que o Intangível da Copel praticamente triplicou no ano de 2015, comparando-o ao de 2014; o mesmo fato ocorreu com

o Intangível da Cemig, e quatro vezes maior foi o Intangível da CESP e quinze vezes maior o da CEEE-D, no mesmo período.

Entre os períodos de 2006 a 2015, a empresa CESP possuía um ativo intangível nulo por não trabalhar com este módulo de mensuração, mas em 2016 pelos elevados índices históricos de precipitação pluviométrica, em 18 de agosto de 2015 foi publicada a Medida Provisória (MP) nº 688, onde se trata da repactuação do risco hidrológico de geração de energia elétrica, após o despacho da ANEEL nº 190, de 25 de janeiro de 2016, anuindo a repactuação requerida pela CESP, a mesma assinou concordando com as condições impostas para a cobertura deste risco e passou a aderir o módulo de mensuração de ativo intangível na empresa. A Figura 6 apresenta a evolução do Investimento em P&D.

Figura 6: 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.

5 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, também identificar decorrente do resultado desta pesquisa a veracidade sobre a hipótese teórica aqui evidenciada, 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.

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. Sendo poucos itens relacionados ao Planejamento e a Inovação não referenciados no começo de 2006 e 2007 nos (RA) para algumas empresas.

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. O Intangível da Eletrobrás, Copel e Cemig tiveram um considerável aumento no ano de 2010, comparado com o ano anterior. Observou-se também que o Intangível da Copel praticamente triplicou no ano de 2015, comparando-o ao de 2014; Entre os períodos de 2006 a 2015, a empresa CESP possuía um ativo intangível nulo por não trabalhar com este módulo de mensuração, que passou a utiliza-lo em 2016.

Pode se observar que os Ativos da Eletrobrás foram significativamente superiores aos das demais empresas pesquisadas, e que teve evolução positiva ao longo do período de 2006 até 2011, onde obteve seu ápice, sofrendo uma redução nos anos seguintes. Observou-se que a Eletrobrás apresentou uma sequência de prejuízos entre os anos de 2012 até 2015, e seu melhor resultado foi no ano de 2008. Contudo a Eletrobrás é 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.

Quanto aos objetivos específicos, foi identificado que nos relatórios Administrativos, continham a grande maioria dos itens componentes do Planejamento Estratégico da empresa, onde em base é praticamente a mente da empresa. 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 como obstáculo diante a pesquisa, a coleta de informações detalhadas sobre os Balanços Patrimoniais, que não continham necessariamente nos Relatórios Administrativos, por esta razão, fez se necessário coletar algumas informações diretamente nos arquivos de Balanços Patrimoniais das empresas, sendo que algumas não disponibilizavam algumas informações dos anos anteriores à 2010. Ressalta-se também, 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.
- CALLISTER JUNIOR, W. D.; RETHWISCH, D. G. **Ciência e Engenharia de Materiais**: uma introdução. 8 ed. Rio de Janeiro: LTC, 2012.
- CERTO, S. C. **Administração estratégica**: Planejamento e Implementação de Estratégias. 3.ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil, 2010.
- CHIAVENATO, I.; SAPIRO, A. **Planejamento estratégico**: fundamentos e aplicações. Rio de Janeiro: Elsevier, 2003.
- CPC. Pronunciamento Técnico CPC 22, de 31 de Julho de 2009. **Informações por Segmentos**. Disponível em:
<http://static.cpc.mediagroup.com.br/Documentos/292_CPC_22_rev%2008.pdf> Acesso em 07 de Maio de 2017.
- CRESWELL, J. W. **Projeto de Pesquisa**: métodos qualitativo, quantitativo e misto. 3 ed. Porto Alegre: Artmed, 2010.
- 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. de. **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.
- GOLDEMBERG, J.; LUCON, O. Energia e meio ambiente no Brasil. **Revista Estudos Avançados**, v. 21, n. 59. 2007.
- GONÇALVES, R. S.; WEFFORT, E. F. J.; PELEIAS, I. R.; GONÇALVES, A. O. Social *Disclosure* das empresas brasileiras listadas na NYSE e na BOVESPA: sua relação com os níveis de governança corporativa. **Revista Contemporânea de Contabilidade**. V. 1, n. 9, p. 71-94, 2008.
- IUDÍCIBUS, S. de. **Teoria da Contabilidade**. 6. ed. São Paulo: Atlas, 2000.
- LIMMER, C. V. **Planejamento, orçamentação e controle de projetos e obras**. Rio de Janeiro: LTC, 2012.
- 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.
- MARCONI, M. A.; LAKATOS, E. M. **Fundamentos de metodologia científica**. São Paulo: Atlas, 2010.

- OLIVEIRA, C. E. Dificuldades para a realização de Inovação: Um estudo comparativo entre empresas da comunidade Europeia e do Brasil. **XXIII SIMPÓSIO DE ENGENHARIA DE PRODUÇÃO – SIMPEP**. 2016
- OLIVEIRA, C. E. Problemas e obstáculos para a realização de inovação em empresas brasileiras. **Revista Brasileira de Gestão e Inovação**, v. 3, n. 1, p. 93-112, 2015.
- OLIVEIRA, C. E.; AVELLAR, A. P. M. O impacto da inovação organizacional no desempenho produtivo e financeiro de indústrias de transformação situadas no Brasil. **I 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.
- OKA, M. M. **História da Eletricidade**. 2000. Disponível em: <<http://www.lsi.usp.br/~dmi/manuais/HistoriaDaEletricidade.pdf>>. Acesso em: 09 de mar. de 2017.
- OCDE. **Manual de Oslo: diretrizes para coleta e interpretação de dados sobre inovação**. 3ª ed. Rio de Janeiro: FINEP, 2005.
- PONTE, M. H.; NASCIMENTO, R. F.; BOTELHO, M. S. **O Planejamento Estratégico e os Impactos de suas práticas: um Estudo na Empresa X**. In: XI SEGET: Simpósio de Excelência em Gestão e Tecnologia, Rio de Janeiro, n. 11, 2014.
- 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 á 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.