

INSERÇÃO DA TECNOLOGIA E DA INOVAÇÃO NOS RELATÓRIOS DE DIVULGAÇÃO VOLUNTÁRIA DE INFORMAÇÕES

MARCOS ROBERTO KUHL

Universidade Estadual do Centro-Oeste - UNICENTRO, Programa de Mestrado em Administração, Brasil

E-mail: marcosrobertokuhl@yahoo.com.br

ROMUALDO DOUGLAS COLAUTO

Universidade Federal do Paraná - UFPR, Programa de Pós-Graduação em Contabilidade, Brasil

E-mail: rdcolauto.ufpr@gmail.com

RESUMO

A divulgação de informações empresariais pode ser caracterizada como compulsória e voluntária. A compulsória advém de obrigações legais e a voluntária vai além e representa uma escolha por parte dos gestores. A divulgação do Relato Integrado (RI) ainda é extremamente tímida entre as empresas brasileiras de capital aberto. No conjunto de informações que compõem o RI destacam as informações de natureza econômico-financeira e os de natureza social e ambiental e as informações relacionadas a questões de tecnologia e inovação. O objetivo da pesquisa consiste em explorar como a inovação e tecnologia estão sendo inseridas na divulgação voluntária dos RI's. Trata-se de um estudo com viés qualitativo, com coleta de dados secundários nos RI's divulgados por empresas brasileiras com ações negociadas na BM&FBovespa. Neste estudo exploratório será empregada a técnica de Análise de Conteúdo, Serão estudadas três empresas que divulgaram os RI's de 2013-2014 (Itaú Unibanco S/A – 2013; Grupo CCR – 2013; Natura S/A – 2014). Nos RI's analisados, informações sobre a inovação são incluídas em seu contexto como um aspecto relacionado à gestão de recursos humanos no sentido de criar e/ou aperfeiçoar o perfil inovador nos colaboradores. Aparece também como um aspecto que melhora a reputação da empresa, como aspecto estratégico de competitividade ou geração de valor e ainda na perspectiva de desenvolvimento de novos produtos. Em relação às informações sobre tecnologia, esta foi citada nos RI's de forma preponderante como um recurso no sentido da tecnologia da informação (TI). Inicialmente, observou que tanto a tecnologia, como inovação, são relatadas de forma superficial como fatores para a geração de valor ou para manutenção de vantagem competitiva. A tecnologia foi basicamente relacionada a um recurso voltado a TI, ignorando suas outras vertentes. Além disso, apenas no RI da Natura a inovação pode observada na perspectiva de desenvolvimento de novos produtos.

Palavras-chave: *Disclosure*; Divulgação Voluntária; Relato Integrado; Tecnologia; Inovação.

1 INTRODUÇÃO

O valor de uma empresa, no âmbito do mercado de capitais, é influenciado pelas informações disponibilizadas pelas companhias. Estas informações são acessadas pelo mercado (*stakeholders*) por meio da divulgação compulsória (por obrigação legal) ou voluntária (por livre iniciativa). Gibbins, Richardson e Waterhouse (1990) defendem que esta última pode ser entendida como um comportamento estratégico das empresas.

No entanto, no mercado de capitais brasileiro, ainda parece inexistir interesse por parte das empresas, ou mais especificamente, por parte de seus gestores, em divulgar informações voluntariamente. Recentemente algumas empresas iniciaram a divulgação voluntária Relato Integrado, dentro de diretrizes propostas pelo IIRC - *International Integrated Reporting Council* (Conselho Internacional para Relato Integrado). Apesar de algumas empresas já estarem divulgando informações por meio do Relato Integrado, esta iniciativa ainda é bastante tímida no mercado brasileiro. Uma possível justificativa para a não divulgação de informações, pode estar relacionada a assimetria informacional, onde o acesso privilegiado a informações pode gerar benefícios privados. A Teoria da Agência (JENSEN; MECKLING, 1976) apresenta argumentos e justificativas sobre este comportamento.

Neste sentido, o acesso amplo as informações pode ser a chave para reduzir a assimetria informacional. Mas apenas as informações de caráter compulsório não atendem todas as necessidades informacionais dos agentes de mercado, especialmente as dos investidores mais conhecedores dos riscos associados ao mercado de capitais. No Relato Integrado, diversas são os elementos de conteúdo propostos, dentre os quais informações relacionadas sobre as questões econômicas e financeiras desempenho e a geração de valor.

Considerando que a tecnologia e a inovação são vetores do desenvolvimento, do desempenho, do crescimento econômico e da competitividade das organizações, estes aspectos devem fazer parte das informações divulgadas, haja vista estes vetores estarem inseridos no contexto organizacional, e como eles são direcionados para contribuir no médio e longo prazo com o desenvolvimento, desempenho, crescimento econômico e a competitividade das organizações.

A inovação tem sido relacionada como fator relevante para o desempenho das empresas, afetando seu valor. Informações sobre este aspecto estão incluídas nas informações relatadas de forma compulsória, mas de forma ainda incipiente. Já no caso das informações relatadas de forma voluntária, estes tendem a aparecer com maior ênfase e consistência no contexto do Relato Integrado. Diante destas considerações a questão que norteia esta pesquisa pode ser

descrita da seguinte forma: como a inovação e tecnologia estão sendo inseridas na divulgação voluntária dos Relatos Integrados? Assim, o objetivo da pesquisa consiste em explorar como a inovação e tecnologia estão sendo inseridas da divulgação voluntária dos Relatos Integrados.

Justifica-se a realização do estudo, pela contemporaneidade do tema e, também, pelas considerações de Gibbins, Richardson e Waterhouse (1990), que ao final de seu estudo, sugerem duas áreas para futuros estudos, sendo que uma delas indica que ações específicas de divulgação podem ser desenvolvidas não somente porque comunicam algo diretamente ao mercado, mas também porque podem melhorar, ou prejudicar, a reputação e a credibilidade da firma.

2 DIVULGAÇÃO VOLUNTÁRIA DO RELATO INTEGRADO

A divulgação do Relato Integrado que é uma proposição recente do IIRC - *International Integrated Reporting Council* (Conselho Internacional para Relato Integrado) e representa uma “coalizão global de reguladores, investidores, empresas, definidores de padrões, profissionais do setor contábil e ONGs. Esta coalizão, como um todo, compartilha a visão de que comunicar a geração de valor deverá ser o próximo passo evolutivo para relatos corporativos” (IIRC, 2014, p. 2).

A divulgação do Relato Integrado ainda é extremamente tímida entre as empresas brasileiras de capital aberto. Uma das principais justificativas para a não divulgação voluntária de informações pode estar relacionada à assimetria de informação, onde gestores e acionistas poderiam usufruir de benefícios privados pelo acesso privilegiado a informações. Na perspectiva da Teoria de Agência, a natureza humana é utilitarista e racional, logo as pessoas agem de forma a alcançar suas próprias preferências e objetivos (JENSEN; MECKLING, 1976). Consoni (2014) cita que normalmente, os gestores têm acesso a informações mais precisas e específicas sobre os negócios da empresa do que os demais participantes do mercado, porém podem querer divulgá-las ou retê-las em função de seus interesses pessoais (DEMSETZ; LEHN, 1985). Segundo Watts e Zimmerman (1986), o gestor ao decidir quais informações reportar, procura avaliar como as alternativas de mensuração e de evidenciação afetam sua riqueza. Verrecchia (2001) menciona que isto ocorre, especialmente, com informações sobre projetos futuros, desempenho indesejado da empresa, distribuição de gratificações e irregularidades contábeis.

O acesso amplo as informações pode ser a chave para reduzir a assimetria informacional. Mas apenas as informações de caráter compulsório não atendem todas as necessidades

informativos dos agentes de mercado, especialmente investidores. “O aumento da divulgação voluntária reduz a assimetria de informação entre o gestor e o investidor externo e entre diferentes tipos de investidores” (CONSONI, 2014, p. 19). Do ponto de vista do investidor, Murcia (2009) destaca que um investidor racional, que tem consciência de sua desvantagem informacional perante os controladores, apenas optará em investir na empresa caso suas incertezas sejam reduzidas a um nível satisfatório ou caso seja pago, adequadamente (prêmio), por incorrer nos riscos decorrentes da falta de informação.

Para fazer com que a divulgação voluntária se torne relevante, é preciso encontrar mecanismos para convencer os participantes do mercado sobre a credibilidade das informações divulgadas. Sob este ponto de vista, Dechow, Ge e Schrand (2010) consideram que as decisões de divulgação voluntária são endógenas e parcialmente determinadas pela qualidade da informação ‘oficial’ produzida. Segundo Sousa *et al.* (2014, p. 98) “a informação voluntária assume aspectos de natureza econômica, social e ambiental e são categorizadas dessa forma nos relatórios das empresas.”

Dentro da iniciativa do Relato Integrado, diversas são os elementos de conteúdo propostos, dentre os quais se destacam, na perspectiva deste estudo, a tecnologia e a inovação, quer sejam de natureza econômico-financeira, quer sejam de natureza social e ambiental. Quanto aos primeiros se destacam os elementos relacionados ao desempenho e a geração de valor. Quanto aos de natureza social e ambiental, segundo a proposta da IIRC, aspectos do contexto legal, comercial, social, ambiental e político podem afetar a capacidade que a organização tem de gerar valor em curto, médio e longo prazo, tanto de forma direta, quanto de forma indireta. Dentro do contexto dos fatores ambientais externos, um Relatório Integrado deve oferecer uma visão sobre temas ligados à capacidade de geração de valor, dentre os quais estão a velocidade e o efeito da mudança tecnológica e os desafios ambientais, tais como mudanças climáticas, a perda de ecossistemas e escassez de recursos (IIRC, 2014).

Especificamente dentro da perspectiva dos fatores ambientais externos um está relacionada a inovação tecnológica. Inovação não é um conceito novo. “as inovações já haviam chamado a atenção de muitos estudiosos desde as épocas mais antigas” (BARBIERI, 2007, p. 85). No início do século 20, mais precisamente na década de 1920, surge a Teoria da Inovação, nos primeiros trabalhos de Schumpeter, “sobre os efeitos positivos da inovação nas firmas e nos países, posicionando-a como uma ‘mola propulsora’ para o crescimento econômico” (SANTOS, 2009, p 30). Entretanto, economistas clássicos como Adam Smith e Karl Marx já destacavam a importância da inovação para o sistema capitalista (FREEMAN; SOETE, 1999).

A tecnologia, mais especificamente o seu avanço extremamente rápido em algumas áreas, tem exercido pressão sobre as empresas, mas não somente sobre estas, mas sobre tudo: setores;

nações; e o próprio mundo (HALL, 2004). Assim, a tecnologia pode ser vista como um fator importante no cotidiano das empresas, devendo estar inserida nas discussões estratégicas. Mintzberg *et al.* (2006) colocam a tecnologia entre as forças que conduzem o processo estratégico. No entanto, diferentemente de alguns outros fatores abordados e considerados na formulação das estratégias empresariais, a tecnologia deve ser trabalhada por diferentes enfoques, dentre os quais podem ser destacados: como um recurso; como um fator de vantagem competitiva; como um fator ambiental.

A partir dos esclarecimentos de Scott e Davis (2007), a tecnologia é tida como o conjunto de artefatos materiais (tecnologia mecânica) e de conhecimentos capazes de conduzir o desenvolvimento de atividades (tecnologia de conhecimento) e de fazer com que estes artefatos sejam utilizados como uma forma de desenvolvê-las satisfatoriamente (tecnologia humana) (KUHL; KUHL, 2011, p. 90).

A tecnologia e a inovação usualmente têm sido relacionadas como fatores relevantes para o desempenho das empresas, afetando seu valor e o valor de suas ações. Informações sobre estes aspectos estão incluídas nas informações relatadas de forma compulsória, mas de forma ainda incipiente, como, por exemplo, o volume de investimento em Pesquisa e Desenvolvimento (P&D). Já no caso das informações relatadas de forma voluntária, estes possivelmente tendem a aparecer com maior ênfase e consistência, como destacado anteriormente, no contexto do Relato Integrado.

3 ASPECTOS METODOLÓGICOS

Trata-se de um estudo qualitativo, com coleta de dados secundários a partir dos Relatos Integrados divulgados por empresas brasileiras com ações negociadas na BM&FBovespa. Na análise dos dados será empregada a Análise de Conteúdo. Serão estudadas três empresas que divulgaram os Relatos Integrados de 2013-2014 (Itaú Unibanco S/A – 2013; Grupo CCR – 2013; Natura S/A – 2014). Até a data da realização das análises (fevereiro de 2015) o Itaú Unibanco S/A e o Grupo CCR não haviam disponibilizado (divulgado) os Relatos Integrados do ano de 2014, sendo então utilizado apenas o último publicado.

Ainda no início da coleta de dados, buscou-se agregar mais alguns Relatos Integrados na amostra, no entanto, a maioria das empresas pesquisadas ou não divulga este tipo de relatório ou os divulga utilizando outra nomenclatura (Relatório de Sustentabilidade, por exemplo) e não seguindo o padrão proposto pelo IIRC, o que foge ao escopo deste estudo. O RI da CCR é denominado ‘Relatório Anual e de Sustentabilidade/2013’, mas já no início é destacado que

ele segue o padrão de integração do IIRC. É relevante destacar que as três empresas que compõem a amostra estão em segmentos econômicos bastante distintos: bancário; indústria; prestadora de serviços. Assim, espera-se que a forma com que a tecnologia e a inovação são inseridas em seus relatórios seja de certa forma distinta em função de cada segmento econômico.

Com relação às análises, o objetivo consiste explorar como tecnologia e inovação estão sendo inseridas no contexto da divulgação voluntária de informações do Relato Integrado. É pertinente delimitar o escopo principal de como tecnologia e inovação são entendidas para atingir este objetivo. Assim, em termos mais específicos, considerando a importância da tecnologia e da inovação no contexto empresarial, como fator relevante para o desempenho das empresas, neste estudo a inovação será considerada a partir da perspectiva proposta por Schumpeter (1997), qual seja a introdução de um novo bem, um novo processo de produção ou novo modelo de gestão ou de distribuição (inovação radical), uma melhoria significativa em produtos ou processo (inovação incremental). Por sua vez a tecnologia será considerada a partir das perspectivas utilizadas por Kuhl e Kuhl (2011): recurso (PENROSE, 2003; GRANT, 1991; BARNEY; HESTERLY, 2007; BULGACOV *et al.*, 2007); fator de vantagem competitiva (PORTER, 1996; MINTZBERG *et al.*, 2006); fator ambiental (ANDREWS, 2006; BARNEY; HESTERLY, 2007; BULGACOV *et al.*, 2007).

4 COLETA E ANÁLISE DOS DADOS

A verificação inicial dos Relatos Integrados das empresas consistiu explorar o número de vezes que as palavras chave Inovação e Tecnologia foram citadas no texto dos relatos, independentemente do contexto. Na Tabela 1 apresentam-se os resultados deste levantamento.

Tabela 1: Ocorrências dos termos, independentemente do contexto.

Organização	Ramo	Ano	Pág.	Termos	
				Inovação	Tecnologia
Itaú Unibanco S/A	Bancário	2013	55	4	7
Grupo CCR	Concessionária de rodovias	2013	42	8	6
Natura Cosméticos S/A	Indústria de Cosméticos	2014	40	4	6

Fonte: elaborado pelos autores.

Verificou-se que algumas vezes o termo é citado, mas o contexto não indica a preocupação com questões relacionadas à tecnologia ou a inovação. A partir desta verificação inicial,

passou-se a avaliação do contexto de cada uma das ocorrências dos termos. Na Tabela 2 apresenta o número de vezes que os termos foram utilizados em um contexto que esteja relacionado a aspectos da inovação e da tecnologia, como proposto inicialmente na metodologia deste estudo.

Tabela 2: Ocorrências dos termos, considerando o contexto.

Organização	Ramo	Ano	Pág.	Termos	
				Inovação	Tecnologia
Itaú Unibanco S/A	Bancário	2013	55	4	6
Grupo CCR	Concessionária de rodovias	2013	42	4	3
Natura Cosméticos S/A	Indústria de Cosméticos	2014	40	3	5

Fonte: elaborado pelos autores.

Comparando-se os dados das Tabelas 1 e 2 percebe-se que em menos de 30% das vezes os termos estão inseridos em um contexto não relacionado com questões relativas a tecnologia e a inovação propriamente ditos, ou inseridas apenas como um termo em um contexto não ligado a questões. Esta primeira constatação indica que os dois termos são utilizados, em sua maioria, com certa coerência conceitual.

Nas próximas seções são tecidos alguns comentários sobre a inserção da tecnologia e da inovação nos Relatos Integrados em questão.

4.1 CONTEXTO SEMÂNTICO SOBRE A DIVULGAÇÃO DE ASPECTOS DA TECNOLOGIA

Em relação às informações sobre tecnologia, esta foi citada nos RI's de forma preponderante como um recurso no sentido da tecnologia da informação (TI), aparecendo desta forma em nove das quinze ocorrências do termo. Neste caso, a perspectiva é quase sempre no sentido de relatar atos passados. Apenas em duas ocorrências do termo, nos RI's da Natura e da CCR, a tecnologia é relatada dentro de uma perspectiva de futuro.

No RI do Itaú Unibanco, além da tecnologia no sentido da TI, ela também aparece como uma necessidade no sentido de desenvolvimento da tecnologia a partir da capacitação dos recursos humanos. Também é destacada como uma possibilidade a ser desenvolvida e oferecida aos clientes para mitigar riscos. Em ambos os casos a tecnologia é abordada em uma perspectiva de futuro. Por fim, quando é apresentada no RI o modelo de negócio do Itaú

Unibanco, investimentos em novas tecnologias aparecem como um fator externo, ou seja, um aspecto estratégico de competitividade que visa a criação de valor à longo prazo.

No RI da CCR, a tecnologia é mencionada como uma forma de gerar valor ao capital natural a partir do uso eficiente dos recursos com a adoção de novas tecnologias. Além disso, ela também aparece como um dos aspectos que compõem o capital intelectual da CCR, juntamente com o *know-how* de atuação no setor de infraestrutura e as competências de seus colaboradores. Em ambos os casos a perspectiva é de presente.

No RI da Natura a tecnologia é citada sempre como um aspecto ligado a TI, porém, em uma das ocorrências ela é incluída numa perspectiva de futuro, dentro de um contexto que descreve elementos importantes para ampliação da força de vendas.

Percebe-se que nos RI's analisados existem poucas evidências de que a tecnologia seja reportada como um item que agregue valor a informação. Nas poucas ocorrências do termo ele é quase que exclusivamente relacionado a TI, e numa perspectiva histórica, ou seja, a tecnologia não é reportada como um recurso ou fator de vantagem competitiva que esteja ou estará agregando valor ao negócio. Isto pode ser observado apenas no RI do Itaú Unibanco, no quadro que descreve o modelo de negócio, mas não sendo a relação entre tecnologia, competitividade e longo prazo explícita.

4.2 CONTEXTO SEMÂNTICO SOBRE A DIVULGAÇÃO EXPLÍCITA DE ASPECTOS DA INOVAÇÃO

O RI do Itaú Unibanco incluiu informações sobre a inovação em seu contexto como um aspecto relacionado a gestão de recursos humanos no sentido de criar e/ou aperfeiçoar o perfil inovador em seus colaboradores. Quando são apresentados as seis variáveis que constituem a reputação de uma companhia, inovação foi apresentada como a terceira variável em ordem de importância, atrás apenas da qualidade e dos resultados. Da mesma forma, quando é apresentado no RI o modelo de negócio do banco, a inovação constante aparece como um fator interno, ou seja, um aspecto estratégico de competitividade que visa a criação de valor à longo prazo. Nas quatro vezes em que a inovação aparece neste RI, em todas elas o contexto se refere a ações desenvolvidas no período, mas em nenhum momento são relatadas informações sobre o futuro, que incluam a inovação.

O Relato Integrado da CCR também incluiu informações sobre a inovação em seu contexto como um aspecto relacionado a gestão de recursos humanos no sentido de criar e/ou

aperfeiçoar o perfil inovador em seus colaboradores. Estas informações são incluídas dentro de contexto que indica a preocupação da empresa com a formação dos recursos humanos, com vistas a uma perspectiva de futuro. A inovação aparece como um aspecto de eficiência no processo de geração de valor.

O RI da Natura apresenta a inovação em um contexto de competitividade, onde o investimento em inovação visa aumentar a produtividade para fazer frente ao competitivo ambiente brasileiro, numa perspectiva de futuro. A inovação é apresentada em dois momentos relacionada ao desenvolvimento de novos produtos, mas em apenas uma delas para destacar o lançamento de uma nova linha. Esta última é a única referência da inovação que se encaixa na perspectiva de inovação proposta por Schumpeter (1997). Na primeira informação, há uma clara referência ao que ocorreu no período anterior (passado), enquanto que na segunda informação tanto o passado quanto o futuro são destacados, este último com mais ênfase. Nestas duas referências relacionadas à novos produtos, a Natura destaca que possui um índice de inovação que deve ser atingido anualmente, definido pela “participação nos últimos 12 meses da venda dos produtos lançados nos últimos 24 meses” (NATURA, 2014, p. 18).

Nos três RI's em apenas um, e apenas uma vez, a inovação é apresentada como uma inovação propriamente dita, neste caso reportando ao mercado a pró-atividade da empresa no sentido de buscar alternativas para atuar num ambiente competitivo. A pró-atividade fica evidente quando a inovação é destacada dentro de uma perspectiva que remete ao futuro e não apenas para informar o que aconteceu no passado ou está acontecendo no presente.

Dada a importância da inovação para o desempenho e a competitividade das empresas, em nenhum momento é destacado o volume de investimento em P&D ou em processos que visem o desenvolvimento e/ou a implementação de inovações. Até este ponto das análises não parece haver uma preocupação mais profunda das empresas da amostra em divulgar informações sobre a inovação, principalmente quando se considera a inovação como um processo pró ativo.

4.2 CONTEXTO SEMÂNTICO SOBRE A DIVULGAÇÃO IMPLÍCITA DE ASPECTOS DA INOVAÇÃO

Considerando que a inovação pode fazer parte do contexto, mas o termo não estar explícito, buscou-se, a partir da análise detalhada dos RI's, identificar partes dos textos em que ela estar inserida de forma implícita. Neste caso, as ocorrências estão vinculadas basicamente a questões como: novos produtos, serviços ou processos; aprimoramento/melhoria de produtos

ou serviços; motivação para inovar ou desenvolver novos produtos/serviços. Assim, na Tabela 3 apresentam-se estes resultados.

Tabela 3: Ocorrência da inovação, sem a inclusão do termo.

Organização	Ramo	Ano	Pág.	Inovação
Itaú Unibanco S/A	Bancário	2013	55	10
Grupo CCR	Concessionária de rodovias	2013	42	6
Natura Cosméticos S/A	Indústria de Cosméticos	2014	40	1

Fonte: elaborado pelos autores.

Neste caso os números podem não ser exatos, pois a contagem depende de interpretação subjetiva. Foram incluídas na contagem as ocorrências para as quais se tem um grau relativamente alto de relacionamento com a inovação. Por exemplo, em alguns casos existem referências a melhorias, mas o contexto não deixa claro a que se referem as melhorias, então optou-se por não incluir estas ocorrências.

Comparando as Tabelas 2 e 3, que o Itaú Unibanco e a CCR incluem mais informações sobre inovação de forma implícita que de forma explícita. No entanto, no RI da Natura esta prática parece não ser adotada. No RI do Itaú Unibanco, foram encontradas 8 frases em que existe referência a inovação, nas quais 3 estão relacionadas a oferta de novos produtos/serviços, 3 estão relacionadas a aprimoramentos/melhorias, sendo duas em produtos/serviços e outra nos modelos de agências (estrutura), e 2 estão relacionadas a motivações para desenvolver e implementar inovações, ligadas aos recursos humanos. A preocupação do Banco em explicitar informações relacionadas a inovação, diferentemente do constatado na seção anterior.

No RI da CCR, foram 6 ocorrências que podem ser relacionadas a inovação, sendo que em todas elas o foco está centrado na realização de melhorias. Cabe destacar que neste RI o termo ‘novos negócios’ aparece 15 vezes, mas não foi considerada como inovação, no âmbito deste estudo, principalmente porque nestes casos o contexto não permite esta vinculação pela carência de informações sobre os ‘novos negócios’.

No RI da Natura apenas uma ocorrência pode ser relacionada a inovação, mais especificamente relacionada a novos produtos. Esta ocorrência tem vinculação com uma ocorrência onde o termo inovação está explícito, ou seja, tratam de mesmo assunto:

Seguindo a tendência observada no 2S13, nesse trimestre, os investimentos em marketing, os lançamentos de produtos, com destaque para o relançamento da linha Tododia, e a ampliação das opções de meios de pagamentos contribuíram para o aumento de 8,2% da produtividade de nossas consultoras frente ao ano anterior

(4,2% nos últimos 12 meses) e para o crescimento de 9,1% da receita líquida. (NATURA, 2014, p. 1 – nosso grifo).

Interessante notar que esta ocorrência é a única em todos os RI's analisados onde existe uma clara referência entre a inovação e o aumento da produtividade e do desempenho (crescimento das receitas). Considerando a relevância da inovação para o desempenho das empresas era de se esperar que este tipo de informação fosse utilizada com mais frequência pelos gestores para dar maiores subsídios aos *stakeholders*, principalmente investidores e acionistas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

O objetivo deste estudo consistiu o objetivo da pesquisa consiste em explorar como a inovação e tecnologia estão sendo inseridas da divulgação voluntária dos Relatos Integrados em uma pequena amostra de empresas brasileiras com ações negociadas na BM&FBovespa que divulgaram seus Relatos Integrados nos anos de 2013 e 2014. As empresas analisadas foram o Itaú Unibanco S/A (2013); Grupo CCR (2013); Natura S/A (2014).

Quando verificadas as ocorrências dos termos tecnologia e inovação, inicialmente, observou-se que elas são relatadas de forma superficial como fatores para a geração de valor ou para manutenção de vantagem competitiva. A tecnologia foi basicamente relacionada a um recurso voltado a TI, praticamente ignorando suas outras vertentes (fator de vantagem competitiva ou fator ambiental). Além disso, apenas no RI da Natura a inovação pode observada na perspectiva de desenvolvimento de novos produtos.

Em termos quantitativos, a inserção da tecnologia nos RI's analisados pode ser considerada baixa, variando de 3 (CCR) a 6 (Itaú Unibanco). Entretanto, em termos qualitativos, a inserção da tecnologia nos RI's analisados não apresentam informações contundentes, tanto que basicamente são relatos de fatos ocorridos no período de abrangência do RI (passado) e, quando fazem referência a uma perspectiva temporal futura o contexto da ocorrência do termo tecnologia não traz informações que possam ser consideradas relevantes do ponto de vista do leitor.

Quando verificado a ocorrência de referência à inovação, sem a utilização do termo (implícita), percebe-se que no RI do Itaú Unibanco existe uma concentração maior de referências, porém, no RI da Natura isso ocorre em apenas uma ocasião. E esta ocorrência é a única em todos os RI's analisados onde existe uma clara referência entre a inovação e o aumento da produtividade e do desempenho (crescimento das receitas).

Quantitativamente, referências à inovação, explícita ou implicitamente, são um pouco mais elevadas: 14 no RI do Itaú Unibanco; 10 no RI da CCR; e 4 no RI da Natura. No entanto, em termos qualitativos, a ocorrência da inovação nos RI's analisados em geral também não apresentam informações contundentes, limitando-se a relatar fatos ocorridos no período de abrangência do RI (passado). Neste contexto, algumas ocorrências fazem referência a novos produtos/serviços ou melhorias em produtos/serviços, mas em apenas uma ocorrência existe uma informação efetivamente relevante e que envolve o lançamento de novos produtos (inovação) e seus reflexos no desempenho da empresa.

Ainda se tratando da inovação, diferentemente da tecnologia, em algumas ocorrências específicas existem informações que abrangem uma perspectiva de futuro, mas da mesma forma que naquela, as ocorrências não trazem informações que possam ser consideradas efetivamente relevantes do ponto de vista do leitor.

Evidenciar fatores que afetam e afetarão a geração de valor, ou a riqueza, é uma opção do gestor, no entanto, Verrecchia (2001) e o IIRC (2001) destacam a relevância de informações relacionadas ao futuro (curto e longo prazo). Desta forma, a partir dos RI's analisados, e das informações sobre tecnologia e inovação, percebe-se que possivelmente os gestores optaram por não divulgar informações relativas a futuros projetos ou a aspectos que possam impactar no desempenho futuro. Mesmo informações relacionadas ao futuro são restritas e agregam pouco em termos de utilidade.

Considerando a relevância da tecnologia e da inovação para o crescimento, desempenho e competitividade das empresas esperava-se que este tipo de informação fosse utilizada mais contundentemente pelos gestores para dar maiores subsídios aos *stakeholders*, principalmente investidores e acionistas. Observou-se que tanto a tecnologia, como inovação, são relatadas de forma superficial como fatores para a geração de valor ou para manutenção de vantagem competitiva.

Por fim, limitando-se aos relatórios analisados, depreende-se que ainda pode existir assimetria informacional no que se refere à tecnologia e a inovação, no âmbito do RI, tendo em vista os resultados encontrados neste estudo. Da mesma forma, depreende-se que a divulgação de informações de forma voluntária, com característica de ser proativa, ainda não evidencia informações que indiquem pro-atividade dos gestores em divulgar informações que tenham perspectivas de médio e longo prazo, limitando-se, na maioria das vezes, a relatar informações de fatos passados.

Este estudo é relevante e contribui para o aprimoramento das informações divulgadas voluntariamente, neste caso nos RI's, com vistas a reduzir a assimetria informacional entre os agentes e, também, no sentido de evidenciar que informações de aspectos considerados

relevantes, neste caso a tecnologia e a inovação, ainda são inseridas nos RI's de forma incipiente e com certo grau de despreocupação pelas empresas.

As limitações do estudo referem-se principalmente ao pequeno número de RI's analisados, a subjetividade inerente ao método e, principalmente, a carência de informações de outras fontes para possibilitar a triangulação. Assim, para estudos futuros deve-se considerar um maior número de empresas, quando efetivamente os Relatos Integrados passarem a fazer parte do escopo da divulgação de informações voluntárias para as empresas brasileiras.

REFERÊNCIAS

- ANDREWS, K.R. O conceito de estratégia corporativa. In.: MINTZBERG, H. *et al.* **O processo da estratégia: conceitos, contextos e casos selecionados**. 4a ed., Porto Alegre: Bookman, p. 78-84, 2006.
- BARBIERI, J.C. Organizações inovadoras sustentáveis. In.: BARBIERI, J.C.; SIMANTOB, M.A. (Org.). **Organizações inovadoras sustentáveis: uma reflexão sobre o futuro das organizações**, São Paulo: Atlas, 2007.
- BARNEY, J.; HESTERLY, W.S. **Administração estratégica e vantagem competitiva**. Trad. Monica Rosenberg. São Paulo: Pearson Prentice Hall, 2007.
- BEAVER, W.H. The information content of annual earnings announcements. **Journal of Accounting Research**, v. 6, p. 67-92, 1968.
- BREALEY, R.A.; MYERS, S.C. **Princípios de finanças empresariais**. 5. ed. Lisboa: McGraw-Hill, 1997.
- BRUNI, A.L.; FAMÁ, R. Mercados eficientes, CAMP e anomalias: uma análise das ações negociadas na Bovespa (1988-1996). **Anais... Semead**, III, 1998.
- CONSONI, S. Divulgação voluntária e sua relação com gerenciamento de resultados contábeis: evidências no contexto da convergência às normas internacionais de contabilidade no Brasil. **Dissertação** (Mestrado em Contabilidade). Universidade Federal do Paraná - UFPR, Curitiba, 2014.
- DECHOW, P.; GE, W.; SCHRAND, C. Understanding earnings quality: A review of the proxies, their determinants and their consequences, (**manuscript**), 2010. Disponível em [http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1485858]. Acesso em 29/11/2014.
- DEMSETZ, H.; LEHN, K. The structure of corporate ownership: cause and consequences. **Journal of Political Economy**, v. 93, n. 6, 1985, p. 1155-1177.
- FAMA, E.F. Efficient Capital Markets: A review of theory and empirical work. **The Journal of Finance**. v. 25, n. 2, p. 383-417, 1969.
- FREEMAN, C.; SOETE, L. **A economia da inovação industrial**. Editora da Unicamp, Campinas: 2008.
- GIBBS, M.; RICHARDSON, A.; WATERHOUSE, J. The management of corporate financial disclosure: opportunism, ritualism, policies, and processes. **Journal of Accounting Research**, v. 28, n. 1, p. 121-143, 1990.

GRANT, R.M. The resource-based theory of competitive advantage: implications for strategy formulation. **California Management Review**, v. 33, n. 3, p. 114-135, 1991.

GRUPO CCR S/A. **Relato Anual e de Sustentabilidade/2013**, São Paulo: Grupo CCR, 2014.

HALL, R.H. **Organizações: estruturas, processos e resultados**. São Paulo: Pearson Prentice Hall, p. 44-101, 2004.

HENDRIKSEN, E.S.; VAN BRED, M. **Teoria da Contabilidade**. São Paulo: Atlas, 1999.

IIRC – INTERNACIONAL INTEGRATED REPORTING CONCIL. **Estrutura Internacional para Relato Integrado**, 2014. Disponível em [http://www.google.com.br/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=1&ved=0CB0QFjAA&url=http%3A%2F%2Fwww.theiirc.org%2Fwp-content%2Fuploads%2F2014%2F04%2F13-12-08-THE-INTERNATIONAL-IR-FRAMEWORK-Portugese-final-1.pdf&ei=ked9VMurJbSZsQSK_4DwAQ&usq=AFQjCNHvePGqTPkTCxyWIAiB4QHZIUBUxw]. Acesso em 29/11/2014.

ITAU UNIBANCO HOLDING S/A. **Relato Integrado 2013**, São Paulo: Itaú Unibanco, 2014.

JENSEN, M.C.; MECKLING, W.H. **Theory of the firm: managerial behavior, agency costs and ownership structure**, 78 p., 1976. Disponível em: <<http://ssrn.com/abstract=94043>>. Acesso em 29/11/2014.

KUHL, M.R.; KUHL, C.A. Tecnologia nos Estudos da Estratégia. **Revista de Administração da UNIMEP**, v. 9, n. 2, p. 87-107, 2011.

MINTZBERG, H. *et al.* **O processo da estratégia: conceitos, contextos e casos selecionados**. 4a ed., Porto Alegre: Bookman, 2006.

MURCIA, F.D. Fatores determinantes do nível de *disclosure* voluntário de Companhias abertas no Brasil. **Tese** (Doutorado em Contabilidade). Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.

MURCIA, F.D.; SANTOS, A. Fatores determinantes do nível de *disclosure* voluntário de Companhias abertas no Brasil. **Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade**, v. 3, n. 2, p. 72- 95, 2009.

NATURA S/A. **Relato Integrado do 1 Trimestre de 2014**, São Paulo: Natura, 2014.

PENROSE, E. The theory of the growth of the firm. **Revista Brasileira de Inovação**, v. 2, n. 1, p. 9-34, 2003.

PORTER, M.E. **Vantagem competitiva: criando e sustentando um desempenho superior**. Trad. Elizabeth M.de P.Braga. Rio de Janeiro: Campus, 1996.

SANTOS, D.F.L. A influência da inovação no desempenho das firmas no Brasil. **Tese** (Doutorado em Administração). Universidade Presbiteriana Mackenzie, São Paulo, 2009.

SCHUMPETER, J.A. **Teoria do desenvolvimento econômico: uma investigação sobre lucros, capital, crédito, juros e o ciclo econômico**. São Paulo: Nova Cultural, 1997.

SCOTT, W.R.; DAVIS, G. **Organizations and Organizing: Rational, Natural and Open Systems Perspectives**. New Jersey: Prentice Hall, p. 1 – 34, p. 124-150, 2007.



SOUSA, C.B.; SILVA, A.F.; RIBEIRO, M.S.; WEFFORT, E.F.J. Valor de Mercado de Disclosure Voluntário: Estudo Empírico em Companhias Listadas na BM&FBovespa. **Revista Ambiente Contábil**, v. 6, n. 2, p. 94-115, 2014.

VERRECCHIA, R.E. Essays on disclosure. **Journal of Accounting and Economics**, v. 32, n. 1-3, p. 97-180, 2001.

WATTS, R.; ZIMMERMAN, J. **Positive accounting theory**. Englewood Cliffs: Prentice Hall, 1986.