

XI CONGRESO INTERNACIONAL DE COSTOS Y GESTION

**XXXII CONGRESO ARGENTINO DE PROFESORES
UNIVERSITARIOS DE COSTOS**

**A EVIDENCIAÇÃO DE INFORMAÇÕES SOBRE PLANEJAMENTO
ESTRATÉGICO NAS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS DE
DIVULGAÇÃO OBRIGATÓRIA: UMA ANÁLISE DAS EMPRESAS
DO NOVO MERCADO DA BOVESPA.**

Tipificación: Conclusiones o Avances de proyectos de investigación

Autor

Priscilla Bianchi Couto

Aluna do curso de Mestrado em Ciências Contábeis da Faculdade de
Ciências Econômicas - Universidade Federal de Minas Gerais

Trelew – Patagonia Argentina, Septiembre de 2009

**XI CONGRESO INTERNACIONAL DE COSTOS Y GESTION
XXXII CONGRESO ARGENTINO DE PROFESORES
UNIVERSITARIOS DE COSTOS**

**A EVIDENCIAÇÃO DE INFORMAÇÕES SOBRE PLANEJAMENTO ESTRATÉGICO
NAS DEMONSTRAÇÕES CONTÁBEIS DE DIVULGAÇÃO OBRIGATÓRIA: UMA
ANÁLISE DAS EMPRESAS DO NOVO MERCADO DA BOVESPA.**

Tipificación: Conclusiones o Avances de proyectos de investigación

RESUMO

- O mercado de capitais no Brasil vem se desenvolvendo de forma acelerada desde a criação dos níveis diferenciados de governança corporativa, o que afeta diretamente o preço de suas ações. A adoção desses níveis de governança está diretamente associada com a adoção de um maior nível de transparência na divulgação das demonstrações contábeis, sendo este último, conforme muitos estudos, responsável também pela valorização das empresas, o que está impactando no volume de informações voluntárias divulgadas pelas companhias. Assim, tomando-se como base o planejamento estratégico como ferramenta de avaliação da gestão da empresa, o estudo realizou uma análise do volume de informações acerca do planejamento estratégico que as empresas estão divulgando nos relatórios das administração, instrumento este que serve de meio de comunicação dos gestores com os acionistas. Foi verificado um índice relativamente baixo de empresas que divulgam tais informações.

1- INTRODUÇÃO

A adoção maiores níveis de transparência das informações financeiras das empresas de capital aberto encontra-se associada com as melhores práticas de governança. Tais práticas, além de contribuírem para um melhor relacionamento com os acionistas minoritários, também são objeto de estudo de vários autores, como sendo responsável por vários benefícios, dentre eles, a valorização das ações.

Além do alto nível de divulgação das informações contábeis exigido pela CVM, ela também incentiva a divulgação de informações voluntárias afirmando que “os administradores das companhias, como responsáveis pela sua divulgação, deverão promover a avaliação contínua das necessidades adicionais de informações ao público, dado seu acesso e conhecimento sobre os fatos e sua maior capacidade de avaliar a sua relevância”.

Baseando-se na premissa de que o planejamento estratégico é uma ferramenta de avaliação do contexto da empresa, assim como de tomada de decisões, o que contribui significativamente para a melhoria do conteúdo informativo e conseqüentemente para a redução da assimetria informacional, o presente estudo tem como objetivo a análise das informações voluntárias acerca do planejamento estratégico evidenciadas nas informações contábeis exigidas pela CVM (Comissão de Valores Imobiliários).

A pesquisa conta com dados secundários, extraídos dos relatórios da administração de todas as empresas listadas no nível de governança corporativa do novo mercado. Tal análise justifica-se pelo caráter subjetivo dos relatórios da administração e do alto grau de evidenciação presente neste nível de governança.

A contribuição do estudo se dá sob a forma de que, está sendo observada a presença de informações gerenciais nas divulgações obrigatórias, informações estas que são voluntárias e de caráter extremamente qualitativo.

2- REFERENCIAL TEÓRICO

2.1- Evidenciação

A Evidenciação está intimamente ligada com a compreensão das informações. Conforme o próprio significado da palavra, evidenciar é tornar evidente, ou seja, mostrar com clareza uma determinada informação ou situação. No âmbito da Contabilidade não é diferente, a evidenciação das demonstrações contábeis visa suprir os seus usuários de informações úteis e compreensíveis.

A evidenciação das demonstrações contábeis também encontra-se em consonância com o principal objetivo da Contabilidade, ou seja, fornecer informações aos seus usuários. Para Hendriksen e Van Breda(1999), o principal objetivo da divulgação financeira, é fornecer informações para a tomada de decisões, sendo que as demonstrações devem ser apropriadas de dados financeiros e outras informações relevantes. Além disso, para Quinteiro (2004, p. 1), “a evidenciação de informações contábeis relevantes reduz a assimetria de informações no mercado e, conseqüentemente, o risco de os investidores cometerem erros em suas decisões, aumentando a atração de capitais”.

Tais informações podem variar de acordo com o nível de informação desejada, no entanto, a quantidade de informação deve ser embasada nos conceitos de evidenciação adequada, evidenciação justa e evidenciação plena (Hendriksen e Van Breda, 1999). Já em relação á qualidade das informações evidenciadas, esta assume um caráter mais subjetivo e, conseqüentemente, mais difíceis de serem avaliados.

Muito se discute sobre o nível satisfatório de evidenciação das informações contábeis, assim como o nível de sofisticação da linguagem utilizada. Para Hendriksen e Van Breda uma divulgação apropriada deve estabelecer para quem a informação é dirigida, qual a finalidade e quanta informação é necessária. Por exemplo, nos EUA, assim como no Brasil, os principais usuários das informações contábeis são os acionistas, o governo e os credores, o que faz com que, estes usuários exerçam forte influência na elaboração das informações divulgadas.

No Brasil, as companhias abertas seguem as normas da CVM (Comissão de Valores Mobiliários), onde os itens obrigatórios de evidenciação são descritos na Lei 6.404/76 e representados por: Balanço patrimonial, demonstração do resultado, demonstração das origens e aplicações dos recursos, demonstração das mutações do patrimônio líquido, notas explicativas e relatório da administração.

No entanto, a divulgação de informações voluntárias tem sido freqüentemente utilizada nas empresas dos níveis mais altos de governança.

Para Lanzana (2004), algumas empresas têm se envolvido em atitudes de divulgação de informações com vistas em buscar diferenciação em relação às demais, particularmente para angariar maiores recursos dos investidores, de serem avaliadas de forma mais adequada, além de manterem relacionamento interessante com o mercado. É

baseado nessas informações voluntárias que a pesquisa foi realizada, com o intuito de identificar informações voluntárias sobre o planejamento estratégico das empresas.

2.2- Relatório da Administração

O foco de análise desta pesquisa é o relatório da administração, visto que, de acordo com Ludícibus (2004, p. 128), “este relatório engloba normalmente informações de caráter não financeiro que afetam a operação da empresa”.

O Relatório da Administração deve evidenciar um conjunto de informações adicionais, visando complementar as demonstrações contábeis de uma empresa, para o processo de tomada de decisões. Burlin et al. (2001, p. 5) explicam que “o relatório da administração por apresentar-se de modo descritivo e não de uma forma técnica, como ocorre nos outros relatórios, possibilita o entendimento para um maior número de usuários, pois tem um poder maior de comunicação”.

Por conta das características apresentadas, o Relatório da Administração “deve ser um forte instrumento de comunicação entre a entidade, seus acionistas e a comunidade na qual se insere, posto que sua adequada elaboração proporcionará tomadas de decisões de melhor qualidade” (FIPECAFI, 2000, p. 399). Este relatório é exigido pela Lei nº 6.404/76 e recomendado no Parecer de Orientação nº 15/87 da CVM.

No Brasil, de acordo com a Lei das Sociedades por Ações, Lei nº 6.404/76, o Relatório da Administração deve ser publicado juntamente com as Demonstrações Contábeis tradicionais do encerramento do exercício social, e precisa conter as seguintes informações:

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

A Lei nº 6.385/76, permite à CVM o estabelecimento de normas sobre o Relatório da Administração. Assim, a CVM pronuncia-se através do Parecer de Orientação nº 15, de 28 de dezembro de 1987, recomendando a divulgação de alguns itens neste relatório. A CVM entende ser necessário complementar as informações mínimas determinadas pela Lei nº 6.404/76. A título de recomendação e exemplo, no Parecer de Orientação nº 15/87, apresenta uma relação dos itens que também devem ser evidenciados no Relatório da Administração:

- a) descrição dos negócios, produtos e serviços - histórico das vendas físicas dos últimos dois anos e vendas em moeda de poder aquisitivo da data do encerramento do

exercício social; é recomendável também a descrição e análise por segmento ou linha de produto, quando relevantes para a sua compreensão e avaliação;

b) comentários sobre a conjuntura econômica geral - concorrência nos mercados, atos governamentais e outros fatores exógenos relevantes sobre o desempenho da companhia;

c) recursos humanos - número de empregados no término dos dois últimos exercícios e turn over nos dois últimos anos, segmentação da mão-de-obra segundo a localização geográfica, nível educacional ou produto, investimento em treinamento, fundos de seguridade e outros planos sociais;

d) investimentos - descrição dos principais investimentos realizados, objetivo, montantes e origens dos recursos alocados;

e) pesquisa e desenvolvimento - descrição sucinta dos projetos, recursos alocados, montantes aplicados e situação dos projetos;

f) novos produtos e serviços - descrição de novos produtos, serviços e expectativas a eles relativas;

g) proteção ao meio-ambiente - descrição e objetivo dos investimentos efetuados e montante aplicado;

h) reformulações administrativas - descrição das mudanças administrativas, reorganizações societárias e programas de racionalização;

i) investimentos em controladas e coligadas - indicação dos investimentos efetuados e objetivos pretendidos com as inversões;

j) direitos dos acionistas e dados de mercado - políticas relativas à distribuição de direitos, desdobramentos e grupamentos; valor patrimonial por ação, negociação e cotação das ações em Bolsa de Valores;

k) perspectivas e planos para o exercício em curso e os futuros - poderá ser divulgada a expectativa da administração quanto ao exercício corrente, baseada em premissas e fundamentos explicitamente colocados, sendo que esta informação não se confunde com projeções por não ser quantificada; e

l) em se tratando de companhias de participações, o relatório deve contemplar as informações acima mencionadas, mesmo que de forma mais sintética, relativas às empresas investidas.

2.3- Governança Corporativa e o Novo Mercado

De acordo com o IBCG (Instituto Brasileiro de Governança Corporativa), governança corporativa é o sistema pelo qual as sociedades são dirigidas e monitoradas, envolvendo os relacionamentos entre Acionistas/Cotistas, Conselho de Administração,

Diretoria, Auditoria Independente e Conselho Fiscal. As boas práticas de governança corporativa têm a finalidade de aumentar o valor da sociedade, facilitar seu acesso ao capital e contribuir para a sua perenidade.

A adoção de boas práticas de governança corporativa permite que aos acionistas a gestão estratégica de sua empresa e a efetiva monitoração da direção executiva. Além disso, uma pesquisa realizada em junho de 2000 pela McKinsey & Co, em parceria com o Banco Mundial apurou que as ações das empresas que adotam maior transparência em sua divulgação têm suas ações mais valorizadas em cerca de 18 a 28%.

Partindo da premissa da valorização das ações a partir da adoção de maior evidenciação das transações, em dezembro de 2000 a BOVESPA criou o Novo Mercado, um segmento diferenciado de listagem destinado à negociação de ações emitidas por companhias que se comprometam, voluntariamente, com a adoção de práticas de governança corporativa adicionais em relação ao que é exigido pela Regulamentação brasileira.

Segundo a BOVESPA, as normas adicionais das empresas integrantes do Novo Mercado são:

- Capital Social composto exclusivamente por ações ordinárias;
- Extensão para todos os acionistas das mesmas condições obtidas pelos controladores quando da venda do controle da companhia;
- Realização de uma oferta pública de aquisição de todas as ações em circulação, no mínimo, pelo valor econômico, nas hipóteses de fechamento do capital ou cancelamento do registro de negociação no Novo Mercado;
- Conselho de Administração com mínimo de 5 (cinco) membros e mandato unificado de até 2 (dois) anos, permitida a reeleição. No mínimo, 20% (vinte por cento) dos membros deverão ser conselheiros independentes.
- Melhoria nas informações prestadas, adicionando às Informações Trimestrais (ITRs) – documento que é enviado pelas companhias listadas à CVM e à BOVESPA, disponibilizado ao público e que contém demonstrações financeiras trimestrais – entre outras: demonstrações financeiras consolidadas e a demonstração dos fluxos de caixa.
- Melhoria nas informações relativas a cada exercício social, adicionando às Demonstrações Financeiras Padronizadas (DFPs) – documento que é enviado pelas companhias listadas à CVM e à BOVESPA, disponibilizado ao público e que contém demonstrações financeiras anuais – entre outras, a demonstração dos fluxos de caixa.
- Divulgação de demonstrações financeiras de acordo com padrões internacionais IFRS ou US GAAP.
- Melhoria nas informações prestadas, adicionando às Informações Anuais (IANs) – documento que é enviado pelas companhias listadas à CVM e à BOVESPA, disponibilizado ao público e que contém informações corporativas – entre outras: a quantidade e características dos valores mobiliários de emissão da companhia detidos pelos grupos de acionistas controladores, membros do Conselho de Administração, diretores e membros do Conselho Fiscal, de forma agregada, bem como a evolução dessas posições.
- Realização de reuniões públicas com analistas e investidores, ao menos uma vez por ano.

- Apresentação de um calendário anual, no qual conste a programação dos principais eventos corporativos, tais como assembléias, divulgação de resultados etc.
- Divulgação de termos dos contratos firmados entre a companhia e partes relacionadas.
- Divulgação, em bases mensais, das negociações de valores mobiliários e derivativos de emissão da companhia por parte dos acionistas controladores.
- Manutenção em circulação de uma parcela mínima de ações, representando 25% (vinte e cinco por cento) do capital social da companhia.
- Quando da realização de distribuições públicas de ações, adoção de mecanismos que favoreçam a dispersão do capital.
- Adesão à [Câmara de Arbitragem do Mercado](#), para resolução de conflitos societários.

2.4- Planejamento Estratégico

O Planejamento estratégico foi o item analisado no presente estudo, visto que representa uma ferramenta útil aos acionistas como base de avaliação de seus investimentos. Para Philip KOTLER (1975), “O Planejamento Estratégico é uma metodologia gerencial que permite estabelecer a direção a ser seguida pela Organização, visando maior grau de interação com o ambiente”. Complementando a definição anterior, (ANTHONY & GOVINDARAJAM, 2006) afirmam que “o Planejamento Estratégico é o processo pelo qual são decididos os principais programas que a organização pretende adotar para implementar e manter suas estratégias, bem como o volume de recursos que serão aplicados em cada programa.”

Trata-se de um instrumento de gestão que possibilita a projeção de um conjunto de ações focada em um determinado resultado. Isto significa que o planejamento estratégico permite a formulação de para a seleção de programas de ação e para sua execução, levando em conta as condições internas e externas à empresa e sua evolução esperada.

Embora haja controvérsias entre os autores sobre a definição do planejamento estratégico, visto que este é um processo que encontra-se em constante evolução, é possível perceber unanimidade em relação às etapas que o compõem (ROSSETTI, SELIC & CORAL). A primeira fase reside no Diagnóstico do Posicionamento Estratégico da Empresa em relação ao Mercado, sempre do ponto de vista competitivo, buscando-se identificar as tendências internas e externas. É uma análise do momento e das perspectivas a que a Empresa está sujeita, se continuar nos atuais padrões de gestão empresarial.

A segunda fase reside na Análise e identificação do que se deve fazer para aumentar sua capacidade competitiva. É a fase de Planejamento Estratégico propriamente dita, na qual as abordagens internas e externas são exaustivamente analisadas, para a definição do que precisa ser mudado, quais metas precisam ser atingidas, objetivos e planos de ação, bem como quem vai executar o quê.

A terceira fase é da Implementação, e trata-se de uma fase geralmente cheia de turbulências porque são inevitáveis as “Resistências às Mudanças”, tanto por parte de algumas pessoas isoladamente, como de grupos que se unem por não se adequarem ao processo de descontinuidade da fase anterior para a nova fase do planejamento estratégico. Como última fase, observa-se o controle dos resultados, o qual busca a verificação dos resultados obtidos em contraste com os resultados esperados.

2.5- Importância do Planejamento Estratégico

O Brasil, assim como os outros países, encontra-se em constante progresso tecnológico, fazendo com que as inovações tecnológicas se tornem rotineiras nas empresas de grande porte. A busca pela diferenciação tornou-se presente na maioria das organizações, principalmente, quando se refere às companhias de capital aberto, que além da competitividade, também tem a crescente preocupação com a busca por novos investidores.

Apesar de positivas, essas mudanças acarretam para as empresas uma busca crescente pelo progresso e desenvolvimento de suas ferramentas de gestão. É nesse sentido que entende-se a importância do planejamento estratégico. Para Santos (1992), a evidência dessas mutações em que encontra-se a sociedade, faz com que as indústrias se posicionem de forma cada vez mais eficiente, para fazer valer sua experiência administrativa quanto à capacidade de se antecipar aos fatos futuros. O mesmo autor ainda ressalta que a ênfase do planejamento estratégico está no futuro e não no presente e a distância de observação é de acordo com a velocidade das mudanças ocorridas no presente.

Isto significa que, a constante evolução vivida pela sociedade afeta significativamente o comportamento das empresas, principalmente em se tratando do planejamento estratégico utilizado pelas mesmas. Assim é possível a compreensão da importância do planejamento estratégico, visto que, tal ferramenta é de extrema valia no direcionamento da empresa e na previsão e precaução de eventos futuros que possam acarretar graves conseqüências. Cabe ressaltar também a importância dessa visão do planejamento estratégico por parte dos acionistas minoritários, que têm acesso, em sua maioria, às informações financeiras das companhias.

2.6- Estratégias

Para Anthony e Govindarajam, a formulação de estratégias é primordial na consecução do planejamento estratégico, visto que a formulação de estratégias é o processo pelo qual se decide desenvolver uma estratégia e o planejamento é o processo no qual se coloca em prática a implementação dessa estratégia.

O processo de formulação de estratégias é quando a administração define os objetivos da empresa e as estratégias para que esses objetivos sejam atingidos. Uma das diferenças deste processo com o processo do planejamento estratégico, segundo Anthony e Govindarajam, é a presença da criatividade. Isso ocorre devido à abrangência do planejamento estratégico, que tende a ser institucionalizado, enquanto a formulação de estratégias pode mudar de acordo com estudos e pesquisas realizados.

3- METODOLOGIA

A etapa preliminar foi caracterizada pela realização uma revisão bibliográfica sobre o assunto a fim de propiciar uma melhor análise do problema em questão e a elaboração de uma pesquisa com resultados relevantes. Essa revisão foi feita através de livros de autores conceituados, artigos de revistas de contabilidade, trabalhos e teses encontrados via internet, para um melhor entendimento dos aspectos teóricos da pesquisa.

A etapa seguinte é a análise dos relatórios da administração. A técnica de pesquisa utilizada foi a análise de conteúdo, que, segundo Vergara citando Bardin (1997, p.42), é um conjunto de técnicas de análise das comunicações visando obter, por procedimentos sistemáticos e objetivos de descrição do conteúdo das mensagens, indicadores (quantitativos ou não) que permitam a inferência de conhecimentos relativos às condições de produção/recepção (variáveis inferidas) destas mensagens.

O relatório da administração analisado foi o do ano de 2006 de todas as empresas que integram o Novo Mercado, totalizando 82 empresas. Tal opção foi baseada no conteúdo subjetivo e estratégico destes relatórios, que, teoricamente, são utilizados como meio de comunicação entre o conselho de administração e os acionistas.

4- ANÁLISE DOS RESULTADOS

Após a análise, as empresas foram divididas em três grupos, de acordo com o grau de evidenciação das informações sobre o planejamento estratégico. O primeiro grupo, que recebeu a pontuação mais baixa, é representado pelas empresas que não evidenciam informações sobre seu planejamento estratégico. Já o segundo grupo, que recebeu a pontuação 2 (dois), é representado pelas empresas que evidenciam em suas informações obrigatórias apenas o tipo de estratégia adotada pela empresa.

O terceiro e último grupo, com a pontuação mais alta (três), é composto pelas empresas que evidenciam informações amplas sobre seu planejamento estratégico. Tais empresas apresentam um alto grau de evidenciação do seu planejamento estratégico, bem como o desdobramento do mesmo em objetivos. Isto significa que as empresas também divulgaram as ações cabíveis coerentes com os planos a longo prazo.

O alto grau de evidenciação das empresas do Grupo 3 pode ser exemplificado a partir de trechos extraídos de relatórios da administração, conforme segue:

Exemplo1:

“Em 2007 continuaremos executando nossa estratégia de crescimento e desenvolvimento de longo prazo. Especificamente:

I. No mercado interno:

- Consolidar nossa posição de fornecedor de soluções de equipamento eletro-eletrônicos industriais e de desenvolvedor de sistemas específicos para a área de Energia, com pacotes de alto valor agregado.

II. No mercado externo:

- Aumentar a participação em equipamentos eletro-eletrônicos industriais em todos os mercados mundiais
- Incrementar as exportações de equipamentos de Energia e Automação.”

Exemplo 2:

“A estratégia da B2W é melhorar sua posição competitiva no mercado de varejo brasileiro. A seguir, apresentamos os principais elementos desta estratégia:

- Crescimento de vendas e geração de caixa operacional através da melhoria contínua na nossa operação
- Capturar sinergias operacionais e vantagens competitivas provenientes da integração dos canais Americanas.com, Shoptime e Submarino
- Aumentar o volume de negócios de nossas subsidiárias (Submarino Viagens, Submarino Finance e Ingresso.com)
- Buscar a atualização tecnológica e logística, bem como capacitar nossos associados, de forma a suportar os desafios que se apresentam na trajetória de crescimento da companhia
- Aumentar nossa base de clientes ativos
- Aumentar a frequência de compras
- Prospectar viabilidade de oportunidades de desenvolvimento de negócios no mercado internacional”

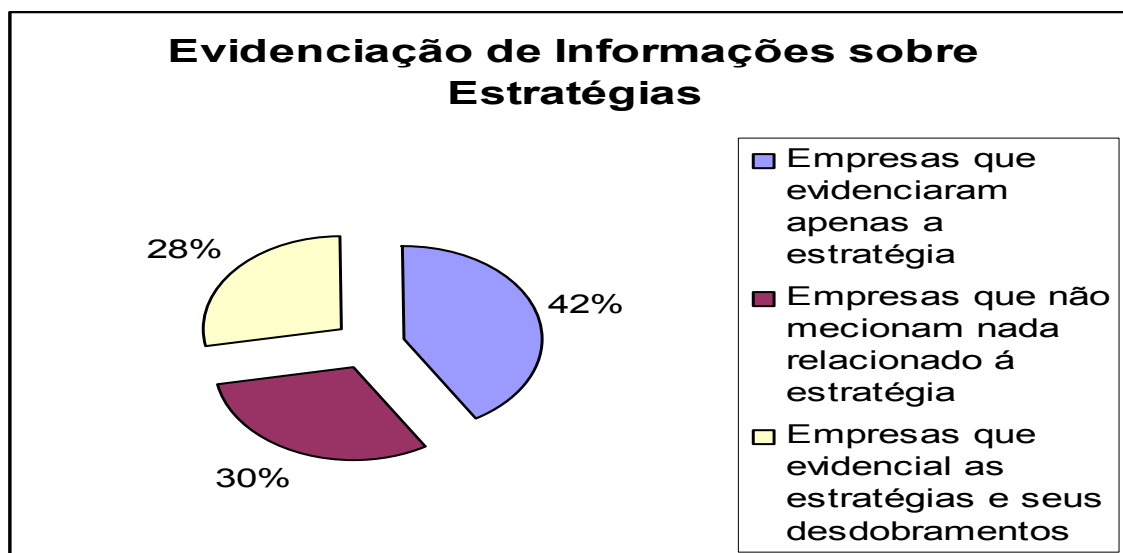
A partir dos exemplos anteriores é possível visualizar melhor a evidenciação do planejamento estratégico das empresas, visto que o desdobramento do planejamento estratégico em objetivos é facilmente identificado, além da descrição clara das metas para o exercício posterior.

O agrupamento das empresas, de acordo com o nível de evidenciação das informações sobre o planejamento estratégico pode ser visto no quadro a seguir:

QUADRO 1 – AGRUPAMENTO DAS EMPRESAS CONFORME O NÍVEL DE EVIDENCIAÇÃO

0	1	2
Bco Brasil	Açúcar Guarani	B2W Cia do Varejo
Bco Nossa Caixa	Agra Empreend.	CR2
Brascan Residential Properties	Imobiliários	Cyrella Comercial
Cia Providência Ind. E Com.	American Banknote	Datasul
Company	Brasil Agro	Diagnósticos
Const Tenda	Brasil brokers	Eternit
Cremer	Brasil Ecodiesel	Gafisa
Cyrella Brazil Realty	BR Malls participações	Iguatemi
Embraer	Camargo Corrêa	Indústrias Romi
EZ Tec Empreend. e particip.	Cia Brasileira Desenv.	JBS
Fertilizantes Heringer	Cia Concessões Rodoviárias	Klabin
LPS Brasil	Cia Hering	Light
Minerva	Cia Saneamento SP	Lupatech
MMX Mineradora	Cia Saneamento MG	M. Dias
MRV Engenharia e Particip.	Cosan	Marisa
Odontoprev	CSU	Medial
PDG Realty	Drogasil	Natura
Positivo Informática	EDP Energias	Obrascon
Redecard	Even Const. e Incorp.	Perdigão
São Martinho	Grendene	Renar
Springs Global Particip.	GVT	São Carlos Emp. e Particip.
	Helbor	Tecnisa
		Weg

TOTVS	Inpar	
TPI	JHSF	
Trisul	Localiza	
	Log in Logística Intermodal	
	Lojas Renner	
	Mafrig	
	Metalfrio	
	Porto Seguro	
	Profarma	
	Rodobens	
	Rossi Residencial	
	Tegma Gestão Logística	
	Tracbel Energia	



O quadro exposto resume os resultados desta pesquisa. Conforme os resultados apurados, a maioria das empresas, ou seja, 42% estão evidenciando apenas o tipo de estratégia utilizada, e 30%, sequer mencionam a estratégia adotada.

5- CONCLUSÃO

Apesar do alto índice de empresas que não evidenciam informações sobre o planejamento estratégico das mesmas, o resultado pode ser considerado positivo, no sentido de que tais informações não são informações obrigatórias exigidas pela CVM.

Embora tais informações contribuam significativamente para a expectativa dos investidores, os custos relativos à complexidade do método e as incertezas quanto à divulgação de informações extremamente gerenciais representam fatores contrários à esta divulgação, visto que o acesso às mesmas é livre tanto aos investidores, quanto aos concorrentes.

Recomenda-se como parte de continuação deste estudo, a evidenciação de outras informações gerenciais voluntárias, ressaltando-se ainda a importância dessas informações para o investidor na tomada de decisões.

6-REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ANTHONY, Robert N.; GOVINDARAJAN, Vijay. *Sistemas de Controle Gerencial*. Ed. Atlas, São Paulo, 2006.
- BOLSA de Valores de São Paulo. Disponível em: <<http://www.bovespa.com.br>>. Acesso em 15/11/2007
- BRASIL. Lei das Sociedades por Ações, Lei nº 6.404, de 15 de dezembro de 1976. Dispõe sobre as sociedades por ações. *Manuais de Legislação Atlas*. 6. ed. São Paulo: Atlas, 1999.
- BRASIL. Lei da Criação da Comissão de Valores Mobiliários, Lei nº 6.385, de 07 de dezembro de 1976. Dispõe sobre a criação da Comissão de Valores Mobiliários. *Manual de contabilidade da sociedade por ações*. 3. ed. São Paulo: Atlas, 1991.
- BURLIN, L. R. et al. Relatório da administração: uma análise exploratória de suas informações no aspecto qualitativo. In: SEMINÁRIO USP DE CONTABILIDADE, 1., 2001, São Paulo. *Anais...* São Paulo: FEA/USP, 2001.
- COMISSÃO de Valores Mobiliários. *Parecer de Orientação nº 15*, de 28 de dezembro de 1987. Disponível em: <<http://www.cvm.gov.br>>.
- CORAL, Eliza; ROSSETTO, Carlos R.; SELIG, Paulo M. O Planejamento Estratégico e a. Formulação de Estratégias Econômicas, Sociais e Ambientais: uma proposta em busca da sustentabilidade empresarial. http://www.fgvsp.br/iberoamerican/Papers/0306_Artigo%20Iberoamerican%20-%20PEPSE.pdf acesso em 16/11/2007.
- FIPECAFI – Fundação Instituto de pesquisas Contábeis, Atuariais e Financeiras. *Manual de contabilidade das sociedades por ações: aplicável às demais sociedades*. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2005.
- HENDRIKSEN, E. S.; VAN BREDA, M. F. *Teoria da contabilidade*. São Paulo: Atlas, 1999.
- IUDÍCIBUS, Sérgio de. *Teoria da contabilidade*. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2004.
- KOTLER, Philip. *Administração de marketing*. São Paulo : Atlas, 1975.
- LANZANA, A. P. *Relação entre disclosure e governança corporativa das empresas brasileiras*. 2004. 161 f. Dissertação (Mestrado em Administração) – Curso de Pós- Graduação em Administração, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004.
- QUINTEIRO, L. G. L. A relação entre a evidenciação de informações contábeis e a volatilidade dos retornos das ações no Brasil. In: CLADEA, 39., 2004, República Dominicana. *Anais...* República Dominicana: CLADEA, 2004.
- VERGARA, Sylvia Constant. *Métodos de Pesquisa em Administração*. São Paulo: Atlas, 2005.