



## **REVISTA AMBIENTE CONTÁBIL**

Universidade Federal do Rio Grande do Norte

**ISSN 2176-9036**

**Vol. 8. n. 2, jul./dez. 2016**

Sítios: <http://www.periodicos.ufrn.br/ambiente>

<http://ccsa.ufrn.br/ojs/index.php?journal=contabil>

<http://www.atena.org.br/revista/ojs-2.2.3-06/index.php/Ambiente>

Artigo recebido em: 29.09.2015. Revisado por pares em: 12.01.2016. Reformulado em: 16.02.2016. Avaliado pelo sistema double blind review.

### **ANÁLISE DO NÍVEL DE EVIDENCIAÇÃO DE INFORMAÇÕES POR SEGMENTO DAS COMPANHIAS BRASILEIRAS LISTADAS NO IBRX-50**

### **ANALYSIS OF DISCLOSURE LEVEL OF SEGMENT REPORTING IN BRAZILIAN COMPANIES LISTED IN THE IBRX-50**

### **ANÁLISIS DEL NIVEL DE DIVULGACIÓN DE LA INFORMACIÓN POR SEGMENTOS DE LAS EMPRESAS BRASILEIRAS ENUMERADAS EN EL IBRX-50**

#### **Autoras**

##### **Taise da Silva de Souza**

Graduanda em Ciências Contábeis pela Universidade Federal de Santa Catarina.

Endereço: Rua Maria da Silva Mendes, N° 96 - Praia de Fora, Palhoça / SC – Brasil - CEP:

88138-151 - Telefone: (48) 8426-2337

E-mail: [taise.souzaa@outlook.com](mailto:taise.souzaa@outlook.com)

##### **Joice Denise Schäfer**

Mestranda em Contabilidade pela Universidade Federal de Santa Catarina. Endereço:

Rua Lauro Linhares, n° 1921 - Trindade, Florianópolis / SC – Brasil. CEP: 88036-003.

Telefone: (45) 9965-4617

E-mail: [schafer.joice@gmail.com](mailto:schafer.joice@gmail.com)

##### **Valdirene Gasparetto**

Doutora em Engenharia de Produção pela Universidade Federal de Santa Catarina.

Professora adjunta da Universidade Federal de Santa Catarina. Endereço: Departamento de Contabilidade – UFSC, Campus Universitário - Trindade, Florianópolis / SC – Brasil - CEP:

88040-900 - Telefone: (48) 8404-2416

E-mail: [valdirene.gasparetto@ufsc.br](mailto:valdirene.gasparetto@ufsc.br)

#### **RESUMO**

O objetivo da pesquisa é identificar o nível de evidenciação e variáveis que influenciam a divulgação das informações por segmento das companhias abertas atuantes no mercado brasileiro, nos anos de 2010 a 2014. A amostra final da pesquisa foi formada por 45 companhias que compõem o índice IBrX-50 da BM&FBovespa. Trata-se de uma pesquisa descritiva, com abordagem quantitativa, além de assumir natureza documental. O estudo baseou-se em análises das notas explicativas, e aplicou-se o modelo de regressão com dados em painel. Os resultados apontam uma evolução no nível de divulgação em 57% dos itens. Ao analisar as notas explicativas das empresas da amostra nos quatro anos, verificou-se que 6,7%

não apresentaram informações por segmento em 2010, 4,4% em 2011, 2,2% em 2012, 2,2% em 2013 e em 2014 todas as companhias da amostra apresentaram as informações por segmento. Dentre as que apresentaram informações por segmento, 19% das empresas informaram que possuíam apenas um segmento em 2010, 20,9% em 2011, 22,7% em 2012, 25% em 2013 e 26,7% em 2014. Observou-se também que, dentre as empresas com dois ou mais segmentos, as companhias com maior grau de endividamento tendem a ter um maior nível de evidenciação de informações por segmento.

**Palavras-chave:** Informações por segmento. Evidenciação. CPC 22.

### ABSTRACT

The objective of the research is to identify the disclosure level and variables that influence the dissemination of segment reporting in Brazilian listed companies in the years 2010 to 2014. The final survey sample was comprised of 45 companies that compose the IBrX-50 index of BM&FBovespa. It is a descriptive research, with a quantitative approach, and documentary nature. The study was based on analysis of the explanatory notes, and applied the regression model with panel data. The results show an increase in the level of disclosure of 57% of the items. By analyzing the notes to the components of the sample in the four years, it was found that 6.7% of the companies did not present segment information in 2010, 4.4% in 2011, 2.2% in 2012, 2.2% 2013 and 2014 all the sample companies submitted the information by segment. Among those presenting segment information, 19% of companies reported that they had only a segment in 2010, 20,9% in 2011, 22,7% in 2012, 25% in 2013 and 26,7% in 2014. It is also noted that among companies with two or more segments, companies with higher levels of debt tend to have a higher level of disclosure of segment information.

**Keywords:** Segment information. Disclosure. CPC 22.

### RESUMEN

El objetivo de la investigación fue identificar el nivel de divulgación y las variables que influyen en la difusión de la información por segmentos de las empresas públicas en el mercado brasileiro en los años 2010 y 2014. La muestra final de la investigación se compone de 45 empresas que están en el índice IBrX-50 de la BM&FBovespa. Se trata de una investigación descriptiva con enfoque cuantitativo, de naturaleza documental. El estudio se basó en el análisis de las notas explicativas y se aplica el modelo de regresión con datos de panel. Los resultados muestran un aumento en el nivel de divulgación del 57% de los artículos. Mediante el análisis de las notas a los componentes de la muestra en los cuatro años, se encontró que el 6,7% de las empresas no presentan la información del segmento en 2010, 4,4% en 2011, 2,2% en 2012, 2,2% 2013. En el 2014 todas las empresas de la muestra presentaron la información por segmentos. Entre los que presentan información por segmentos, el 19% de las empresas informaron de que tenían sólo un segmento en 2010, el 20,9% en 2011, 22,7% en 2012, 25% en 2013 y 26,7% en 2014. También se observó que entre las empresas con dos o más segmentos, las empresas con niveles más altos de deuda tienden a tener un mayor nivel de divulgación de la información por segmentos.

**Palabras clave:** Información por segmentos. Divulgación. CPC 22.

## 1 INTRODUÇÃO

No ambiente econômico atual os investidores tendem a ter muitas incertezas quanto às melhores empresas para investir seu capital. Com essa preocupação, o *Financial Accounting Standards Board (FASB)* emitiu em 1997 o *Disclosures about Segments of an Enterprise and Related Information (SFAS 131)*, que normatizou a divulgação de informações por segmento de negócios e inseriu o conceito da abordagem gerencial à informação divulgada (SCHVIRCK, 2014). Mais tarde, em 2006, o *International Accounting Standards Board*

(IASB), com o objetivo de dar maior ênfase ao acesso às informações gerenciais por parte dos usuários externos das empresas, emitiu o *International Financial Reporting Standards – Operating Segments (IFRS 8)*, que obrigou as companhias a evidenciarem as informações de forma segmentada. A partir daí, as empresas brasileiras que possuíam títulos emitidos no mercado internacional passaram a ser obrigadas a apresentar informações por segmento, de acordo com as normas internacionais vigentes (VASCONSELOS; SZUSTER, 2003).

No mercado brasileiro a informação por segmento continuava a ser voluntária até 2009, e apresentada por poucas empresas, já que era regida pelo Ofício-Circular CVM/SNC/SEP nº 01/2007, que indicava a publicação dessas informações principalmente para empresas que apresentavam as demonstrações consolidadas. O ofício também enfatizava que o modelo a ser utilizado deveria mostrar as informações utilizadas internamente durante todo o processo de tomada de decisão pelo gestor da empresa, de forma que o usuário tivesse acesso às mesmas circunstâncias vividas pelo tomador da decisão (gestor) no momento da sua análise.

A Comissão de Valores Mobiliários (CVM) no Parecer de Orientação CVM nº 29/96, ressaltou que as companhias abertas teriam a obrigação de avaliar a importância das informações ditas como voluntárias, inclusive para efeito de análise comparativa, e de sua divulgação, com o propósito de atender, em completude, às demandas do mercado de capitais e dos usuários. Dessa forma, embora não existisse uma norma compulsória no Brasil, as normas internacionais, as orientações da CVM e de outros órgãos reguladores incentivavam a adoção dessa prática.

Em 2009, o Comitê de Pronunciamentos Contábeis emitiu o CPC 22 (Informações por Segmento) tornando compulsória a evidenciação de informações por segmento a partir do exercício de 2010. O objetivo do CPC 22 foi trazer diretrizes para a caracterização, agregação e divulgação de informações por segmento operacional. A ideia de sustentação era propiciar aos usuários externos uma informação com caráter gerencial (IUDÍCIBUS *et al.*, 2010). Para possibilitar maior segurança a esses usuários das informações contábeis o Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC, 2009, p. 1) esclarece que uma empresa que negocia ações deve apresentar aos usuários externos informações que lhes permitam conhecer "os efeitos financeiros das atividades de negócio nas quais está envolvida e os ambientes econômicos em que opera".

Por diversas vezes, no entanto, os relatórios da contabilidade financeira parecem não ser suficientes para que os investidores compreendam as decisões cotidianas dos gestores, o que é propiciado apenas pelas informações com caráter gerencial (IUDÍCIBUS *et al.*, 2010). Assim, o acesso às informações gerenciais auxilia no processo decisório tanto dos usuários internos quanto dos usuários externos (CREPALDI, 2011). A divulgação destes dados, de forma padronizada, gera maior nível de comparabilidade entre as prováveis medidas que serão adotadas pelas empresas, permitindo que os investidores tomem decisões mais conscientes sobre em qual companhia investir. Assim, a divulgação de informações por segmento nas companhias brasileiras possibilita uma análise mais completa das empresas pelo usuário da informação contábil, demonstrando-a do ponto de vista interno, ou seja, gerencial (VASCONSELOS; SZUSTER, 2003).

Pesquisas como as de Schvirck e Gasparetto (2011), Silva e Pinheiro (2012), Aillón *et al.* (2013), Maparunga, Ponte e Holanda (2014), Schvirck (2014), Schvirck *et al.* (2014), Souza e Sarlo Neto (2014), Weschenfelder e Mazzioni (2014) e Pinheiro e Boscov (2015), foram desenvolvidas com o objetivo de identificar o nível de evidenciação das informações gerenciais solicitadas pelo CPC 22. Estas pesquisas, embora aplicadas em diferentes amostras, no período de 2009 a 2013, demonstram que mesmo após a divulgação da normativa brasileira que obriga as empresas a divulgarem informações por segmento, diversas organizações não evidenciam, ou evidenciam parcialmente tais informações. Com o intuito de

verificar possíveis variáveis que influenciam este comportamento por parte das empresas, vários dos estudos citados, dentre outros, encontraram características empresariais que poderiam estar relacionadas à divulgação das informações por segmento, como por exemplo, tamanho da empresa, indicadores financeiros e setor de atuação.

Diante dos dados apresentados em pesquisas anteriores, sobre o nível de divulgação de informações por segmento nos primeiros anos de obrigatoriedade do CPC 22 e da importância de tais informações para a tomada de decisão dos usuários externos das empresas, este estudo pretende, depois de cinco anos do início da vigência desse CPC, realizar uma análise da evidenciação das informações por segmento nas empresas brasileiras, assim como de variáveis que podem estar relacionadas à divulgação, com o intuito de responder a seguinte questão de pesquisa: **qual o nível de evidenciação e as variáveis que influenciaram a divulgação das informações por segmento das empresas brasileiras listadas no IBrX-50, nos anos de 2010 a 2014?**

A pesquisa busca, desta forma, identificar o nível de evidenciação e variáveis que influenciam a divulgação das informações por segmento, de 2010 a 2014, conforme determina o CPC 22, nas empresas listadas na BM&FBovespa que compõem o IBrX-50. A escolha pelas empresas que compõem o índice IBrX-50 deve-se à relevância da carteira no ambiente de negociação da BM&FBovespa. Sendo assim, por estarem classificadas nesse índice, espera-se que estas empresas apresentem alto nível de evidenciação de informações por segmento. Neste sentido, o trabalho tem os seguintes objetivos específicos: i) identificar as informações por segmento divulgadas pelas empresas estudadas; ii) evidenciar a evolução do nível de divulgação das informações por segmento de 2010, o primeiro ano de obrigatoriedade, até as demonstrações de 2014; e iii) apresentar variáveis que influenciaram o nível de evidenciação das informações.

A pesquisa justifica-se pela importância da informação por segmento para a tomada de decisão dos investidores, uma vez que permite o acesso dos mesmos às informações gerenciais. Assim sendo, este estudo busca contribuir com a análise da evolução da evidenciação das informações por segmento nas empresas brasileiras, aplicada a um período de 5 anos após a implementação do CPC 22, se apresentando, portanto, como continuidade das pesquisas anteriores. Esta análise sustenta-se pela afirmativa de Boscov (2009), que defende o avanço gradual no nível de informações divulgadas em função das características do mercado brasileiro. A análise adicional das variáveis que podem influenciar o nível de evidenciação das informações segmentadas é realizada com o intuito de estabelecer relação entre determinadas características organizacionais e uma maior tendência de divulgação de informações gerenciais, que podem, inclusive, evidenciar motivos pelos quais determinadas empresas optam por não divulgar os dados de seus segmentos.

## 2 REFERENCIAL TEÓRICO

A contabilidade, na estrutura organizacional de uma companhia, caracteriza-se como uma importante base de dados onde os *stakeholders* buscam informações essenciais para a tomada de decisões (SCHVIRCK, 2014). A evidenciação destas informações, de tal forma que garanta a todos os tipos de usuários (internos e externos) dados completos e confiáveis sobre a situação financeira e os resultados da companhia, é um dos objetivos básicos da contabilidade no mercado de capitais (CVM, 2007). No entanto, a evidenciação das informações contábeis nem sempre atinge este objetivo.

A assimetria informacional decorrente do conflito de interesses entre gestores e usuários externos conduz os administradores a, muitas vezes, divulgar apenas informações convenientes e/ou no limite exigido pela legislação. Deste modo, surge uma divergência entre a informação que o usuário externo precisa e o que lhe é divulgado (SCHVIRCK, 2014). Em função dessa divergência, além da apresentação das demonstrações contábeis já existentes, a

divulgação de informações por segmento tornou-se obrigatória no Brasil a partir de 2010, com a edição do CPC 22 (Informações por Segmento).

Antes da divulgação do CPC 22, algumas empresas já evidenciavam as informações por segmento. Os estudos de Schvirck e Gasparetto (2011) tiveram como objetivo verificar se as empresas adotaram voluntariamente a divulgação por segmento no ano de 2009. Dentre as 49 companhias que faziam parte do índice Ibovespa em novembro de 2010, 37% publicaram, em algum nível, informações por segmento. Essas empresas já levavam em consideração a interferência das informações segmentadas na análise econômico-financeira, no aprimoramento da evidenciação e no aumento da transparência dos dados, uma vez que informam ao mercado de capitais a estratégia adotada em suas atividades, facilitando ao usuário externo uma avaliação procedente de uma série de informações (VASCONSELOS; SZUSTER, 2003). Iudícibus *et al.* (2010) destacam ainda que as informações por segmentos são importantes para o entendimento do histórico e das tendências da entidade para períodos subsequentes, além de proporcionar o entendimento do contexto regional de um produto ou serviço, avaliar a influência de aspectos políticos e mensurar a contribuição de um cliente para as receitas da empresa.

Como contraponto, Pardal (2007) revela que para algumas companhias a apresentação de informações por segmento é vista como uma evidenciação acima do necessário para a tomada de decisões dos investidores. Desse modo, em parte do mercado criou-se uma ideia de que as informações de gestão não devem ser disponibilizadas ao mercado externo com a finalidade de não expor ao mercado concorrente as estratégias de negócio da empresa. Nesta mesma linha, Delaney *et al.* (2000, *apud* SOUZA; SARLO NETO, 2014) discutem a concepção de que o custo de buscar e processar os dados referentes às informações segmentadas poderá exceder os benefícios desta prática. Entretanto, para Boscov (2009) e Schvirck (2014), o enfoque gerencial do CPC 22 trará expectativas de um detalhamento maior na estrutura interna da organização e no conhecimento de riscos e oportunidades, além de assegurar melhorias nas decisões econômicas e na competência de projeções da companhia.

As informações por segmento são obrigatórias para as demonstrações individuais, separadas e consolidadas das entidades que sejam negociadas em mercados de capitais (bolsa de valores nacional ou estrangeira ou mercado de balcão), e tenham depositado suas demonstrações contábeis à CVM ou a outros reguladores (CPC, 2009). O Ofício-Circular/CVM/SNC/SEP nº 01/2007 define segmento como “um componente de uma companhia que está envolvido na produção de bens e serviços, ou grupo desses, sujeito a riscos e retornos diferentes de outros segmentos”. De acordo com o CPC 22, item 5, segmento operacional é um componente que desenvolve atividade de negócio em que pode obter receitas e incorrer em despesas, cujos resultados operacionais são regularmente revisados pelo principal gestor das operações da entidade para a tomada de decisões e para a análise do seu desempenho, e para a qual haja informação financeira individualizada disponível.

Segundo o CPC 22, item 13, a entidade deve publicar separadamente as informações sobre o segmento operacional que atenda a qualquer um dos seguintes critérios:

- (a) sua receita reconhecida, incluindo tanto as vendas para clientes externos quanto as vendas ou transferências intersegmentos, 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.

Outra determinação do pronunciamento é que se o total de receitas externas reconhecido pelos segmentos operacionais representar menos de 75% da receita da companhia, devem ser adicionados novos segmentos. Da mesma forma, se o número de segmentos for superior a 10, a entidade deve rever seus segmentos operacionais e verificar se o limite prático já não foi atingido (CPC, 2009), ponderando que o excesso de informações pode prejudicar a utilidade, tornando inviável e dificultoso o processo de análise (IUDÍCIBUS *et al.*, 2010).

Em geral, as informações por segmento são formadas por informações sobre produtos e serviços, sobre áreas geográficas e informações sobre os principais clientes. A entidade deve fornecer dados sobre seu grau de dependência de seus principais clientes e evidenciar caso um único cliente externo represente 10% ou mais das receitas totais da companhia. A identificação do cliente não é obrigatória (CPC, 2009).

A divulgação das informações por segmento proporciona aos usuários maior estabilidade sobre a dimensão e contribuição das diferentes áreas, produtos ou serviços em companhias diversas, minimizando a incerteza em suas avaliações (IUDÍCIBUS *et al.*, 2010). Por outro lado, mesmo diante da norma, há preocupação dos usuários externos em relação à possibilidade de haver manipulação de informações (CRAWFORD; HELLIAR; POWER, 2010), devido a problemas relacionados a não parametrização dos sistemas contábeis e questões ligadas à confidencialidade dos dados (BOSCOV, 2009).

Diversos estudos, aplicados a diferentes amostras, abordaram a questão das informações divulgadas e do nível de aderência à norma. Aillón *et al.* (2013), por exemplo, analisaram a divulgação de informações por segmento nas empresas que compunham o índice IBrX-50 (amostra de 48 companhias) no ano de 2010. Mapurunga, Ponte e Holanda (2014), por sua vez, avaliaram o grau de cumprimento das orientações de divulgação definidas no CPC 22 nas 363 companhias brasileiras listadas na BM&FBovespa no mesmo período. Tanto Aillón *et al.* (2013) quanto Mapurunga, Ponte e Holanda (2014) concluíram que menos de 80% das empresas pesquisadas, em suas respectivas amostras, publicaram informações por segmento nas notas explicativas.

Resultado similar foi encontrado por Souza e Sarlo Neto (2014), em pesquisa com 272 empresas listadas na BM&FBovespa entre os anos de 2010 e 2011. Os autores observaram que aproximadamente 20% das companhias não mencionaram as informações nos períodos analisados. Schvirck (2014) analisou 510 companhias listadas na BM&FBovespa entre os exercícios de 2010 a 2012 e encontrou um nível de evidenciação ainda menor, sendo que 34% das empresas não divulgaram e nem fizeram qualquer referência ao CPC 22.

Silva e Pinheiro (2012) pesquisaram 47 companhias que compunham o índice Ibovespa tomando como base o ano de 2011, e os resultados apontaram que a média de divulgação de informações segmentadas foi inferior a 65%, ao se considerar 16 itens de obrigação compulsória inseridos pelo CPC 22. Resultado semelhante foi encontrado por Weschenfelder e Mazzioni (2014), que analisaram as demonstrações contábeis intermediárias de 2012 de 127 companhias listadas no Novo Mercado da BM&FBovespa e verificaram que das companhias analisadas, 66% evidenciaram informações por segmento. No estudo de Pinheiro e Boscov (2015), também referente ao ano base de 2012, esse índice foi ainda inferior. Os autores analisaram empresas premiadas pelo Troféu Transparência ANEFAC/FIPECAFI/SERASA (2013) e encontraram que entre as 20 companhias premiadas, apenas 11 (55% da amostra) divulgaram as informações por segmento.

Schvirck *et al.* (2014) fizeram uma análise comparativa da divulgação de informações por segmento antes e depois do CPC 22. Analisaram uma amostra de 47 companhias que compunham o índice IBrX-50. Os resultados apontam que apenas 15% das empresas

pesquisadas divulgaram alguma informação sobre segmento antes de 2010. Após a vigência do CPC 22, nos exercícios de 2010 e 2011, o percentual de evidenciação foi de 96%.

Diante destes resultados alguns pesquisadores se propuseram a encontrar variáveis que pudessem influenciar na opção das empresas pela divulgação das informações segmentadas, como o ativo total da empresa, analisado nas pesquisas de Fekete, Matis e Lukács (2008), Hermann e Thomas (1996), Silva e Pinheiro (2012), Aillón *et al.* (2013), Mapuranga, Ponte e Holanda (2014), Schvirck (2014) e Weschenfelder e Mazzioni (2014); endividamento, pesquisado por Murcia e Santos (2010), Mapuranga, Ponte e Holanda (2014), Weschenfelder e Mazzioni (2014) e Schvirck (2014); lucro líquido, que teve sua influência sobre a evidenciação testada por Benjamin *et al.* (2010), Silva e Pinheiro (2012) e Aillón *et al.* (2013); setor, desenvolvida nos trabalhos de Hermann e Thomas (1996), Talha e Salim (2010), Mapuranga, Ponte e Holanda (2014), Silva e Pinheiro (2012), Schvirck (2014), nível de governança, estudado por Schvirck e Gasparetto (2011), Aillón *et al.* (2013), Mapuranga, Ponte e Holanda (2014) e Schvirck (2014). Observa-se que dentre pesquisas anteriores não constam variáveis que buscam relacionar a divulgação de informações não compulsórias com um maior nível de evidenciação de informações por segmento. Nesta pesquisa, entretanto, a divulgação do relatório de sustentabilidade (informação não compulsória), será adicionada como variável, para identificar se as organizações que apresentam tal relatório de interesse social, também tendem a evidenciar maior nível de informações gerenciais.

### **3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS**

Na sequência estão evidenciados os aspectos metodológicos necessários para o desenvolvimento da pesquisa, quanto ao enquadramento do estudo, coleta e análise de dados.

#### **3.1 ENQUADRAMENTOS DA PESQUISA**

Com base nos objetivos, a pesquisa classifica-se como descritiva, por buscar características de informações por segmento divulgadas em notas explicativas das companhias da amostra e posteriormente descrever os achados comparativamente às pesquisas anteriores. Quanto aos procedimentos técnicos utilizados, assume natureza documental, uma vez que está baseado nas notas explicativas das companhias. Esse tipo de pesquisa compreende uma fonte de coleta de dados restrita a documentos, escritos ou não (LAKATOS; MARCONI, 2010).

Quanto à abordagem, a pesquisa enquadra-se como quantitativa, por utilizar método estatístico. A técnica empregada, de regressão em painel, foi desenvolvida no *software Stata*. De acordo com Gil (2002), na análise quantitativa, após o tratamento estatístico dos dados, têm-se, geralmente, testes de hipótese, testes de correlação e tabelas elaboradas manualmente ou com o auxílio de computadores.

#### **3.2 COLETA DE DADOS**

A amostra definida na pesquisa é constituída pelas companhias listadas na BM&FBovespa que compõem o índice IBrX-50 da carteira de janeiro a abril de 2015. O IBrX-50 é um índice que mede o retorno total de uma carteira teórica composta por 50 ações selecionadas entre as mais negociadas na BM&FBovespa em termos de liquidez, ponderadas na carteira pelo valor de mercado das ações disponíveis à negociação (BM&FBovespa, 2015).

A pesquisa tem como foco analisar as empresas participantes e não as ações constituídas no índice IBrX-50, por esse motivo foram excluídas da amostra 3 empresas que possuíam duas ações no índice (Bradesco, Petrobras e Vale). Também foram excluídas da análise 2 companhias (Ambev e BBSeguridade), por não possuírem na BM&FBovespa as DFP (Demonstrações Financeiras Padronizadas) dos exercícios de 2010 e 2011. Dessa forma, a amostra final da pesquisa foi formada por 45 companhias abertas atuantes no mercado brasileiro, evidenciadas no Quadro 1.

**Quadro 1 - Empresas classificadas por setor de atuação conforme a BM&FBovespa**

Setor	Empresas	Setor	Empresas
<b>Bens Industriais</b>	EMBRAER	<b>Financeiro e outros</b>	BRASIL
<b>Construção e transporte</b>	ALL AMERICA LAT CCR MRV PDG REALTY CYRELA REALT		BRDESCO BRADESPAR BR MALLS PARTICIPAÇÕES BMFBovespa CIELO CETIP ITAUSA ITAUUNIBANCO ULTRAPAR BR PROPERTIES
	<b>Consumo cíclico</b>		KROTON LOJAS AMERICANAS LOJAS RENNER ESTACIO PART LOCALIZA CIA HERING
<b>Materiais básicos</b>			BRASKEM SID NACIONAL FIBRIA GERDAU KLABIN SUZANO PAPEL USIMINAS VALE
	<b>Petróleo, Gás e Biocombustíveis</b>	PETROBRAS	
<b>Telecomunicações</b>	OI TELEFÔNICA BRASIL TIM PARTICIPAÇÕES	<b>Utilidade pública</b>	CEMIG SABESP

Fonte: Dados da pesquisa (2015).

Mediante a análise das notas explicativas das empresas listadas no Quadro 1 pretende-se identificar o nível de evidenciação das informações por segmento e com base nestes dados checar a influência de variáveis (ativo total, endividamento, lucro líquido, setor, nível de governança e divulgação do relatório de sustentabilidade) na evidenciação das informações por segmento.

Os dados quantitativos (ativo total, endividamento e lucro líquido) necessários para a construção do modelo de regressão com dados em painel foram obtidos por meio do *software* Economática®. A variável setor foi estabelecida segundo a classificação setorial da BM&FBovespa, e a apresentação do relatório de sustentabilidade, também utilizado no modelo de regressão, foi consultado por meio do Relatório de Sustentabilidade ou Integrado disponível no *site* da BM&FBovespa, a partir do ano base de 2011. No desenvolvimento do modelo de regressão de dados em painel utilizou-se o *software* Stata, versão 12.0.

### 3.3 ANÁLISE DOS DADOS

Para a realização da análise dos dados buscou-se, juntamente ao CPC 22 e aos estudos anteriores, já mencionados na seção 2, critérios de evidenciação referentes às informações por segmento para a montagem de um *checklist*, que foi utilizado como base para a análise das notas explicativas. Estes critérios estão evidenciados no Quadro 5 da seção 4. A quantificação dos critérios de divulgação é de 0 para as empresas que não apresentaram o item analisado e de 1 para as empresas que apresentaram a informação em notas explicativas, conforme evidenciado no Quadro 2.

**Quadro 2 - Quantificação dos critérios de divulgação**

Pontos	Abrangência do conteúdo
0	Critério não evidenciado em notas explicativas.
1	Critério evidenciado em notas explicativas.

Fonte: Dados da pesquisa (2015).

Depois de quantificados por meio das notas explicativas, os dados foram analisados de forma descritiva, demonstrando os itens de maior destaque no que diz respeito à divulgação, bem como a evolução da apresentação das informações por segmento nos anos de 2010 a 2014. Posteriormente, aplicou-se o modelo de regressão com dados em painel onde se utilizou o *software Stata*, versão 12.0, para identificar possíveis variáveis explicativas que influenciam o nível de divulgação das empresas da amostra nos 5 anos estudados.

A técnica estatística utilizada é adequada, pois permite uma observação combinada de elementos de série temporal (t), neste caso os 5 anos estudados, e em corte transversal (i), referente as 39 empresas participantes (GUJARATI, 2006). Um total de 195 observações seriam analisadas, caso todas as informações fossem apresentadas pelas empresas nos 5 anos pesquisados, entretanto, em 73 casos alguma das variáveis independentes não estavam disponíveis, sendo assim, 122 observações foram consideradas no desenvolvimento do modelo de regressão com dados em painel.

O primeiro passo na elaboração dos dados em painel é a identificação do modelo, com efeitos fixos ou aleatórios, que melhor se aplica aos dados da pesquisa. O Teste de Hausman é utilizado nestes casos, sendo que o mesmo busca rejeitar a hipótese nula de que o modelo aleatório é o mais adequado aos dados, com uma confiabilidade de 95%. Como o resultado gerado foi de 0,9793 não é possível a rejeição da hipótese, sendo, desta forma o modelo aleatório considerado o ideal para esta pesquisa.

O modelo de regressão com dados em painel é representado na presente pesquisa pela equação 1:

$$Y_{it} = \beta_0 + \beta_1 X_{1it} + \beta_2 X_{2it} + \beta_3 X_{3it} + \beta_4 X_{4it} + \beta_5 X_{5it} + \beta_6 X_{6it} + v_{it} \quad (1)$$

Onde:

$Y_{it}$  = Variável dependente: pontuação das empresas definidas por meio dos critérios de quantificação da pesquisa;

$\beta_0$  = Intercepto do modelo (constante);

$X_{1it}$  = Variável independente: *log* do Ativo Total (em reais);

$X_{2it}$  = Variável independente: Endividamento (índice);

$X_{3it}$  = Variável independente: *log* do Lucro líquido (em reais);

$X_{4it}$  = Variável independente: *dummy* do setor (empresa pertence a um setor regulado = 1; empresa pertence a um setor não regulado = 0);

$X_{5it}$  = Variável independente: *dummy* do nível de governança (empresa pertence ao novo mercado = 1; empresa pertence a outro grupo de nível de governança = 0);

$X_{6it}$  = Variável independente: *dummy* do relatório de sustentabilidade (empresa divulgou = 1; empresa não divulgou = 0);

$v_{it}$  = Erro do modelo.

A relação esperada entre as variáveis é: i) empresas com maior valor de ativos totais evidenciam mais informações por segmento, uma vez que o ativo é uma variável representativa do porte das organizações e deve influenciar positivamente na evidenciação; ii)

empresas com maior grau de endividamento evidenciam menos informações por segmento; iii) empresas com maior lucro líquido apresentam maior nível de evidenciação das informações solicitadas pelo CPC 22; iv) empresas de setores regulados evidenciam mais informações por segmento, que empresas dos demais setores; v) empresas do Novo Mercado evidenciam mais informações por segmento do que empresas de outro nível de governança; e vi) empresas que divulgam relatórios de sustentabilidade tendem a apresentar um nível superior de evidenciação de informações por segmento.

#### 4 APRESENTAÇÃO E ANÁLISE DOS RESULTADOS

No que tange à divulgação de informações por segmento, encontrou-se que o número de segmentos divulgados pelas organizações variou entre um e seis. A quantidade de segmentos de cada período de análise está evidenciada no Quadro 3.

**Quadro 3 - Quantidade de segmentos**

Quantidade de segmentos	2010	2011	2012	2013	2014
Um segmento	19,0%	20,9%	22,7%	25,0%	26,7%
Dois segmentos	23,8%	27,9%	25,0%	22,7%	22,2%
Três segmentos	23,8%	23,3%	18,2%	20,5%	22,2%
Quatro segmentos	21,4%	16,3%	22,7%	18,2%	11,1%
Cinco segmentos	9,5%	7,0%	9,1%	9,1%	15,6%
Seis segmentos	2,4%	4,7%	2,3%	4,5%	2,2%

Fonte: Dados da pesquisa (2015).

As companhias com apenas um segmento divulgável não apresentou todas as informações e os critérios elencados pelo CPC 22 utilizados como base para a análise de evidenciação dessa pesquisa, como por exemplo, a conciliação entre as receitas, despesas, ativos e passivos do segmento e da entidade, receitas provenientes de transações internas, dentre outros, uma vez que os dados do segmento são equivalentes às informações globais da empresa, o que poderia distorcer os resultados da pesquisa. Desse modo, a exemplo do realizado no estudo de Schvirck (2014), tanto na análise de evidenciação das informações por segmento quanto na proposição do modelo de regressão em painel, foram analisadas somente as empresas com dois ou mais segmentos. Ressalta-se, no entanto, que as empresas que apresentaram um segmento estão de acordo com a norma, uma vez que evidenciaram tal informação em nota explicativa. Observa-se que o percentual de empresas que informaram possuir um único segmento divulgável aumentou ano a ano ao longo do período da pesquisa, passando de 19% em 2010 para 26,7% em 2014.

Dentre as companhias que apresentaram dois ou mais segmentos, a maior parte delas evidenciaram seus segmentos por produtos e serviços, sendo 88% das companhias no ano de 2011 e 85% nos demais períodos. A evidenciação por área geográfica ocorreu em 9% das companhias em 2010 e em 6% nos anos seguintes, enquanto a evidenciação por ambas as formas foi menor em 2010 e 2011, 6%, e nos períodos seguintes foi de 9%. Os percentuais de tipos de evidenciação estão ilustrados no Quadro 4.

**Quadro 4 - Tipo de evidenciação**

Tipo de evidenciação	2010	2011	2012	2013	2014
Área geográfica	9%	6%	6%	6%	6%
Produtos e serviços	85%	88%	85%	85%	85%
Ambos	6%	6%	9%	9%	9%

Fonte: Dados da pesquisa (2015).

Com base no CPC 22 foram elaborados critérios para um *checklist* das informações por segmento. Estes critérios estão apresentados no Quadro 5, juntamente com o percentual das informações divulgadas.

**Quadro 5 - Evidenciação dos critérios de divulgação do CPC 22**

Item	Item CPC 22	Critérios de divulgação do CPC 22	2010	2011	2012	2013	2014
1	22	<b>Informações Gerais</b>					
1.1	22 a.	Fatores utilizados para identificar os segmentos divulgáveis da entidade;	91,9%	94,4%	97,1%	97,1%	100%
1.2	22 b.	Tipos de produtos e serviços a partir dos quais cada segmento divulgável obtém suas receitas;	91,9%	94,4%	97,1%	97,1%	100%
2	23	<b>Informações sobre lucro ou prejuízo, ativo e passivo de cada segmento.</b>					
2.1	23	Lucro ou prejuízo;	91,9%	91,7%	94,3%	94,1%	93,9%
2.2	23	Valor total dos ativos;	62,2%	63,9%	71,4%	70,6%	72,7%
2.3	23	Valor total dos passivos;	32,4%	30,6%	34,3%	32,4%	36,4%
2.4	23 a.	Receitas provenientes de clientes externos;	91,9%	94,4%	97,1%	97,1%	100%
2.5	23 b.	Receitas de transações com outros segmentos operacionais da mesma entidade;	18,9%	19,4%	20,0%	20,6%	18,2%
2.6	23 c.	Receitas financeiras;	13,5%	19,4%	17,1%	17,6%	15,2%
2.7	23 d.	Despesas financeiras;	16,2%	19,4%	14,3%	17,6%	15,2%
2.8	23 e.	Depreciações e amortizações;	51,4%	55,6%	60,0%	58,8%	57,6%
2.9	23 g.	Participação nos lucros ou prejuízos de coligadas e de empreendimentos sob controle conjunto contabilizados pelo método da equivalência patrimonial;	27,0%	25,0%	28,6%	32,4%	36,4%
2.10	23 h.	Despesa ou receita com imposto de renda e contribuição social;	37,8%	38,9%	40,0%	38,2%	36,4%
3	25	<b>Mensuração</b>					
3.1	27 a.	Base de contabilização para quaisquer transações entre os segmentos divulgáveis;	13,5%	11,1%	11,4%	11,8%	12,1%
4	28	<b>Conciliação entre:</b>					
4.1	28 a.	Total das receitas dos segmentos divulgáveis com as receitas da entidade;	91,9%	94,4%	97,1%	97,1%	100%
4.2	28 b.	Total dos valores de lucro ou prejuízo dos segmentos divulgáveis com o lucro ou prejuízo da entidade;	91,9%	88,9%	91,4%	91,2%	90,9%
4.3	28 c.	Total dos ativos dos segmentos divulgáveis com os ativos da entidade;	62,2%	63,9%	71,4%	70,6%	72,7%
4.4	28 d.	Total dos passivos dos segmentos divulgáveis com os passivos da entidade;	32,4%	30,6%	34,3%	32,4%	36,4%
5	29	<b>Reapresentação de informação previamente divulgada</b>					
5.1	29	Reapresentação de informação previamente divulgada para base comparativa;	86,5%	91,7%	97,1%	94,1%	97,0%
6	32	<b>Informação sobre produto ou serviço</b>					
6.1	32	Receitas provenientes de clientes externos em relação a cada produto e serviço;	86,5%	88,9%	91,4%	91,2%	93,9%
7	33	<b>Informação sobre área geográfica</b>					
7.1	33 a. i.	Receitas provenientes de clientes externos atribuídos ao país-sede da entidade;	59,5%	58,3%	60,0%	58,8%	60,6%

7.2	33 a. ii.	Receitas provenientes de clientes externos atribuídos a todos os países estrangeiros de onde a entidade obtém receitas;	56,8%	55,6%	57,1%	55,9%	57,6%
7.3	33 b. i.	Ativo não circulante localizados no país-sede da entidade;	16,2%	13,9%	17,1%	20,6%	24,2%
7.4	33 b. ii.	Ativo não circulante localizados em todos os países estrangeiros em que a entidade mantém ativos;	16,2%	13,9%	17,1%	20,6%	24,2%
7.5	33	Informações por região geográfica dentro do Brasil;	5,4%	2,8%	2,9%	2,9%	3,0%
8	34	<b>Informação sobre os principais clientes</b>					
8.1	34	Grau de dependência de seus principais clientes;	8,1%	11,1%	8,6%	8,8%	9,1%
9	7	<b>Principal gestor de operações;</b>	78,4%	77,8%	82,9%	82,4%	84,8%
10	13	<b>Quantidade de segmentos;</b>	91,9%	94,4%	97,1%	97,1%	100%
11	14	<b>Outros segmentos.</b>	37,8%	30,6%	34,3%	35,3%	36,4%

Fonte: Dados da pesquisa (2015).

Conforme apresentado no Quadro 5, os 5 critérios mais evidenciados nas notas explicativas das empresas com dois ou mais segmentos em todo o período de análise foram: i) os fatores utilizados para identificar os segmentos divulgáveis da entidade; ii) os tipos de produtos e serviços a partir dos quais cada segmento divulgável obtém suas receitas; iii) as receitas provenientes de clientes externos; iv) a conciliação entre o total das receitas dos segmentos divulgáveis com as receitas da entidade; e v) a quantidade de segmentos. Esses 5 critérios foram evidenciados em 2010 por 91,9% das empresas, aumentaram gradualmente até 2014, quando 100% das empresas apresentaram as informações.

Outro item com evidenciação superior a 90% em todos os anos analisados refere-se à divulgação do lucro ou prejuízo dos segmentos, vale destacar, no entanto, que as companhias divulgaram essa informação de forma não padronizada, desse modo foram aceitos para esse critério também a apresentação do resultado operacional e do EBITDA (LAJIDA), julgando este ser o modo como a administração avalia o desempenho de seus segmentos operacionais.

Assim como nessa pesquisa, Schvirck e Gasparetto (2011) e Silva e Pinheiro (2012) também encontraram um alto nível de evidenciação dos fatores utilizados para identificar os segmentos divulgáveis da entidade. O item referente aos tipos de produtos e serviços a partir dos quais cada segmento divulgável obtém suas receitas, que foi evidenciado por um percentual que variou entre 90% e 100% na presente pesquisa, aparece com evidenciação inferior a 70% nos estudos de Pinheiro e Boscov (2015) e chegando a apenas 47% das empresas pesquisadas por Mapurunga, Ponte e Holanda (2014).

As pesquisas de Souza e Sarlo Neto (2014) e Mapurunga, Ponte e Holanda (2014) também apresentaram um percentual inferior a 70% em empresas que evidenciaram lucro ou prejuízo dos segmentos, bem como as receitas provenientes de clientes externos. Silva e Pinheiro (2012) e Schvirck (2014), por sua vez, identificaram que 100% das empresas das amostras utilizadas evidenciaram o último critério mencionado.

Com relação à conciliação entre o total das receitas dos segmentos divulgáveis com as receitas da entidade apenas, Pinheiro e Boscov (2015) encontraram resultado similar à presente pesquisa. Na amostra estudada pelos autores, 100% da amostra evidenciou esse critério. Nos demais estudos o percentual variou entre 30% e 87% das empresas analisadas. A divulgação da quantidade de segmentos apresentada foi analisada no estudo de Weschenfelder e Mazzioni (2014), que encontraram um percentual de 92% de empresas que evidenciaram a informação.

Na presente pesquisa, os critérios de divulgação menos evidenciados nas notas explicativas das companhias com dois ou mais segmentos foram: i) receitas financeiras; ii) despesas financeiras; iii) base de contabilização para quaisquer transações entre os segmentos

divulgáveis; iv) informações por região geográfica dentro do Brasil; e v) grau de dependência de seus principais clientes. Nenhum desses 5 critérios tiveram divulgação superior a 20% no período avaliado.

No que tange aos itens de menor evidenciação, nos estudos de Souza e Sarlo Neto (2014) e Pinheiro e Boscov (2015) as receitas e despesas financeiras apresentaram percentuais de divulgação inferiores a 20% e as informações por região geográfica dentro do Brasil, assim como na pesquisa atual, menores que 10%. A base de contabilização para transações entre os segmentos divulgáveis apresentou-se como um item pouco divulgado também nos estudos de Souza e Sarlo Neto (2014), entre 6% e 7%, e Mapurunga, Ponte e Holanda (2014), de 2%.

Destaca-se, no entanto, que as receitas e despesas financeiras, bem como as informações por região geográfica dentro do Brasil são critérios que podem ser atendidos apenas por empresas que possuem operações financeiras e segmentos localizados em diferentes regiões do país, sendo assim, o fato das empresas não atenderem tais critérios pode não significar, obrigatoriamente, a não evidenciação, mas sim a não necessidade de apresentação da informação.

Situação similar ocorre com o item 3.1, que se refere à base para contabilização das transações entre segmentos, pois entende-se que os segmentos das empresas podem operar de forma independente, sem a necessidade de transações intra-empresa. Porém, sabe-se, por meio do item 2.5, receitas provenientes de transações entre segmentos, que nos anos analisados aproximadamente 20% das empresas realizaram tais operações, entretanto, a base utilizada para as transferências entre as unidades das empresas foi evidenciada por um percentual de empresas que variou entre 11% e 14% nos anos de 2010 a 2014, o que permite inferir que as empresas estão divulgando parcialmente as informações de transferências internas.

Outro item dentre os com menor índice de evidenciação é o 8.1, referente ao grau de dependência dos principais clientes, uma vez que essa informação deveria ser evidenciada por todas as organizações, mas vem apresentando-se com baixa evidenciação (foi de, no máximo, 11,1% em 2011) nos anos analisados, não tendo sido gradualmente mais divulgada, mesmo passados 5 anos da obrigatoriedade do CPC 22.

Dentre os 28 critérios analisados na pesquisa, notou-se uma evolução no nível de divulgação de 57% dos itens, com um aumento de aproximadamente 10% de evidenciação em 9 itens e de 5% nos demais. Percebeu-se que essa evolução acontece de maneira gradual, no decorrer dos 5 anos. Souza e Sarlo Neto (2014) analisaram a evolução no período de 2010 a 2011 e notaram evolução no nível de divulgação de 96% dos critérios, enquanto Schvirck (2014) identificou evolução em 30% dos critérios, entre 2010 e 2012. Ainda que a maior parte dos itens tenha apresentado evolução nos períodos analisados é importante destacar que um percentual superior a 40% dos itens avaliados mostrou-se constante, o que indica ao órgão fiscalizador a necessidade de verificar junto às organizações o motivo pelo qual os dados não estão sendo evidenciados.

No que tange à evolução no percentual de empresas que apresentam algum tipo de informação por segmento, ao analisar as notas explicativas das componentes da amostra nos anos de 2010 a 2014, verificou-se que 6,7% das empresas não apresentaram informações por segmento em 2010, 4,4% em 2011, 2,2% em 2012, 2,2% em 2013 e em 2014 todas as companhias da amostra apresentaram a informação por segmento. Desta forma, pode-se afirmar que, considerando a amostra e os períodos analisados, a presente pesquisa não vai de encontro aos resultados dos estudos anteriores no que diz respeito à redução do percentual de empresas que evidenciaram as informações contábeis nos anos seguintes ao CPC 22.

Para identificar as variáveis que podem influenciar na evidenciação das informações por segmento por parte das empresas, desenvolveu-se um modelo de regressão com dados em painel (os resultados estão apresentados na Tabela 1). Para o desenvolvimento do modelo utilizou-se *software Stata*. O Teste F, aplicado para verificar a adequabilidade do modelo,

apontou um valor  $p$  próximo a zero (inferior a 0,05). Portanto, com um nível de significância estabelecido para o desenvolvimento do modelo de regressão de 5% e com um nível de confiança de 95%, pode-se afirmar que as variáveis independentes explicativas contribuem significativamente para o modelo proposto. No que tange à multicolinearidade entre as variáveis independentes analisou-se o Fator de Inflação das Variâncias (VIF), que mostrou variação entre 1 e 2,74, o que evidencia que não há correlação entre as variáveis do modelo.

Para a checagem da heterocedasticidade dos dados optou-se pela aplicação do teste de *Breusch-Pagan*, que apontou um valor de 0,5550, o que indica que há uma variação homogênea em toda a extensão das variáveis independentes. A normalidade dos dados foi testada por meio do teste de *Kolmogorov-Smirnov*. O resultado apontou um valor  $p$  de 0,411, demonstrando, portanto, uma distribuição normal dos resíduos.

**Tabela 1 – Saída do software Stata 12.0 – Regressão com dados em painel com correção de autocorrelação (Prais- Winstein)**

	<i>Coefficiente</i>	<i>Erro Padrão</i>	<i>Razão-t</i>	<i>p-valor</i>
<b>Endividamento</b>	0.04047	0.02038	1.99	0.047
<b>Setor</b>	2.56978	1.67897	1.53	0.126
<b>Nível de governança</b>	0.98878	1.34998	0.73	0.464
<b>Rel. de sustentabilidade</b>	0.63953	0.71117	0.90	0.369
<b>Log. Ativo</b>	0.58889	0.46005	1.28	0.201
<b>Log. Lucro</b>	-0.05474	0.26410	-0.21	0.836
<b>Constante</b>	2.13529	6.92112	0.31	0.758

Fonte: Dados da pesquisa (2015).

Dentre as variáveis estudadas (ativo total, endividamento, lucro líquido, setor, nível de governança e divulgação do relatório de sustentabilidade), observa-se que somente o endividamento, mostrou-se significativo no modelo, se considerado um nível de significância de 5%. A variável, entretanto, comportou-se de maneira contrária ao esperado, uma vez que se esperava uma relação negativa (quanto maior o endividamento, menor a evidenciação), mas encontrou-se uma relação positiva, sendo que quanto maior o grau de endividamento mais pontos de informação por segmento foram evidenciados pela empresa. As variáveis do modelo, conforme R-quadrado, explicam aproximadamente 27% da evidenciação das informações contábeis por parte das empresas estudadas.

Os resultados da presente pesquisa são contrários aos encontrados por Hermann e Thomas (1996), Fekete, Matis e Lukács (2008), Mapurunga, Ponte e Holanda (2014), Silva e Pinheiro (2012) e Schvirck (2014) no que diz respeito à associação entre as variáveis ativo total e evidenciação das informações por segmento, uma vez que não foi encontrada evidência estatística significativa que pudesse supor relação entre essas variáveis, assim como nos estudos de Aillón *et al.* (2013) e Weschenfelder e Mazzioni (2014). Com relação à variável endividamento os resultados corroboram apenas com Murcia e Santos (2010), que também encontraram evidências de que quanto maior o endividamento da empresa, maior tende a ser seu nível de evidenciação.

Ao contrário dos resultados dessa pesquisa, Benjamin *et al.* (2010) e Aillón *et al.* (2013) encontraram relação entre a evidenciação de informações por segmento e o lucro das empresas. Benjamin *et al.* (2010) identificaram em empresas da Malásia, que empresas com melhores resultados evidenciam menos informações, enquanto Aillón *et al.* (2013), em empresas brasileiras, notaram que as companhias que apresentavam lucro divulgavam mais informações do que empresas com resultados negativos. A pesquisa de Silva e Pinheiro (2012) apresentou resultados similares aos deste estudo.

No que diz respeito à tendência de maior evidenciação de informações por segmento em empresas do Novo Mercado, os resultados da presente pesquisa não estão alinhados aos de Schvirck e Gasparetto (2011), Schvirck (2014) e Mapurunga, Ponte e Holanda (2014), uma

vez que não foi encontrada relação estatisticamente significativa entre as variáveis, corroborando apenas com o estudo de Aillón *et al.* (2013), que também não encontraram evidências de relação entre as variáveis.

O setor, foi identificada como variável significativa na evidenciação de informações por segmento nas pesquisas de Hermann e Thomas (1996), Talha e Salim (2010), Silva e Pinheiro (2012), Schvirck (2014), ao contrário dos achados da presente pesquisa. É importante destacar, ainda, que a divulgação de informações voluntárias, aqui analisada por meio do relatório de sustentabilidade, não foi considerada como variável que influencia a evidenciação de informações por segmento em estudos anteriores e não se mostrou significativa nesta pesquisa, entretanto, outros dados divulgados voluntariamente podem ser analisados em pesquisas futuras.

## 5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

A evidenciação de informações contábeis tem, dentre outras utilidades, a de proporcionar auxílio aos *stakeholders* no processo de planejamento e tomada de decisão. Com esse propósito, o Comitê de Pronunciamentos Contábeis emitiu em 2009 o CPC 22 que obrigou as companhias a evidenciar, a partir do exercício social de 2010, informações por segmento. A norma tem como objetivo fornecer aos usuários da informação contábil uma abordagem gerencial (*management approach*) “de maneira que o agente externo possa visualizar os riscos e oportunidades da companhia, assim como o gestor interno as percebe” (SCHVIRCK, 2014).

O objetivo da pesquisa foi identificar o nível de evidenciação e variáveis que influenciam a divulgação das informações por segmento. Para isso, foram analisadas as notas explicativas de 45 companhias abertas atuantes no mercado brasileiro, que compõem o índice IBrX-50. Ao analisar as notas explicativas das componentes da amostra nos anos de 2010 a 2014, dessas 6,7% não apresentaram informações por segmento em 2010, 4,4% em 2011, 2,2% em 2012, 2,2% em 2013 e em 2014 todas as companhias da amostra apresentaram nas notas explicativas as informações por segmento. Observa-se também que o percentual de empresas que informaram possuir um único segmento divulgável aumentou ano a ano ao longo do período da pesquisa, passando de 19% em 2010 para 26,7% em 2014.

Notou-se uma evolução no nível de divulgação de 57% dos critérios, com um aumento de aproximadamente 10% de evidenciação em 9 itens e de 5% nos demais. Ainda que a maior parte dos itens tenha apresentado evolução nos períodos analisados é importante destacar que um percentual superior a 40% dos itens avaliados mostrou-se constante, o que indica ao órgão fiscalizador a necessidade de verificar junto às organizações o motivo pelo qual os dados não estão sendo evidenciados.

Aplicou-se também o modelo de regressão com dados em painel para identificar possíveis variáveis explicativas que influenciam o nível de divulgação das empresas. Dessa forma, observou-se que, dentre as empresas com dois ou mais segmentos, as companhias com maior grau de endividamento tendem a ter um maior nível de evidenciação de informações por segmento. O tamanho das empresas, o resultado das mesmas, o setor de atuação, o nível de governança e o fato da organização divulgar relatórios não obrigatórios, por sua vez, não representaram relação significativa com a divulgação das informações por segmento.

Como limitação, destaca-se que o estudo está voltado para a quantidade de informações divulgadas, ou seja, para os critérios mais e/ ou menos evidenciados nas notas explicativas, e não para a qualidade das informações. Para pesquisas futuras, sugere-se uma análise da qualidade das informações divulgadas e com outras variáveis de estudo que possam influenciar no nível de divulgação das informações.

## REFERÊNCIAS

AILLÓN, H. S.; SILVA, J. O. da; PINZAN, A. F.; WUERGES, A. F. E. Análise das

informações por segmento: divulgação de informações gerenciais pelas empresas brasileiras. **Revista Contemporânea de Contabilidade**, Florianópolis, v. 10, n. 19, p. 33-48, jan/abr. 2013.

BENJAMIN, S. J.; MUTHAIYAH, S.; MARATHAMUTHU, M. S.; MURUGAIAH, U. A study of segment reporting practices: a Malaysian perspective. **Journal of Applied Business Research**. v. 26, n. 3, p. 31-42, 2010.

BMFBOVESPA. **Resumo Índice.** Disponível em: <<http://www.bmfbovespa.com.br/indices/ResumoIndice.aspx?Indice=IBrX50&Idioma=pt-br>>. Acesso em: 04 agosto 2015.

BOSCOV, C. P. **O enfoque gerencial na divulgação de informação por segmentos.** 2009. 209 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) – Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis, Departamento de Contabilidade e Atuária, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo. São Paulo, 2009.

CPC – COMITÊ DE PRONUNCIAMENTOS CONTÁBEIS. **Pronunciamento técnico CPC 22: Informações por segmento.** Disponível em: <<http://www.cpc.org.br/CPC/DocumentosEmitidos/Pronunciamentos/Pronunciamento?Id=53>>. Acesso em: 11 abril 2015.

CRAWFORD, L.; HELIAR, C.; POWER, D. Politics or accounting principles: Why was IFRS 8 so controversial? **Centre for Business Performance – ICAEW.** London, 2010.

CREPALDI, S. A. **Contabilidade gerencial: teoria e prática.** 5. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

CVM - COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS. **Ofício-Circular CVM/SNC/SEP 01/2007, de 14 de fevereiro de 2007.** Disponível em: <<http://www.cvm.gov.br/legislacao/circ/snc-sep/oc-snc-sep-0107.html>> Acesso em: 11 abril 2015.

CVM - COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS. **Parecer de Orientação CVM nº 29/96, de 11 de abril de 1996.** Disponível em: <<http://www.cvm.gov.br/legislacao/pare/pare029.html>> Acesso em: 11 abril 2015.

FEKETE, S.; MATIS, D.; LUKÁCS, J. Factors influencing the extent of corporate compliance with IFRS – the case of hungarian listed companies. **Social Science Research Network.** 2008.

GIL, A. C. **Como elaborar projetos de pesquisa.** 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

GUJARATI, D. **Econometria básica.** 4. ed. Rio de Janeiro: Elsevier, 2006.

HERMANN, D.; THOMAS, W. Segment reporting in the European Union: analyzing the effects of country, size, industry and exchange listing. **Journal of International Accounting and Taxation.** v. 5, n.1, p. 1-20, 1996.

IASB – INTERNATIONAL ACCOUNTING STANDARDS BOARD. **IFRS 8: Operating Segments.** Disponível em: <<http://www.ifrs.org/IFRSs/Pages/IFRS.aspx>>. Acesso em: 16 abril 2015.

IUDÍCIBUS, S. de; MARTINS, E.; GELBCKE, E. R.; SANTOS, A. dos. **Manual de contabilidade societária – aplicável a todas as sociedades de acordo com as normas internacionais e do CPC.** São Paulo: Atlas, 2010.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. A. **Fundamentos de metodologia científica.** 7. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

MAPURUNGA, P. V. R.; PONTE, V. M. R.; HOLANDA, A. P. Fatores explicativos da aderência das firmas brasileiras ao disclosure relativo às informações por segmento. **Enfoque: Reflexão Contábil**, Maringá, v. 33, n. 1, p. 53-69, jan/abr. 2014.

MURCIA, F. D.; SANTOS, A. dos. Teoria do *disclosure* discricionário: evidências do mercado brasileiro no período de 2006-2008. In: Congresso ANPCONT, junho de 2010. **Anais**. Natal, RN, Brasil, 2010.

PARDAL, P. N. C. P. B. **Relato Financeiro por Segmentos em Portugal**: Análise à Implementação da Diretriz Contabilística Nº 27. 2007. 144 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) - Escola de Gestão ISCTE. Lisboa, LB, Portugal, 2007.

PINHEIRO, V. A. A.; BOSCOV, C. P. Análise de informações por segmento das empresas premiadas pelo Troféu Transparência ANEFAC/FIPECAFI/SERASA 2013. **Contexto**, Porto Alegre, v. 15, n. 29, p. 96-112, jan/abr. 2015.

SCHVIRCK, E.; GASPARETTO, V. Divulgação voluntária de informações por segmento e governança corporativa antes da vigência do CPC 22. In: Encontro Nacional da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação e Pesquisa em Administração - ENANPAD, setembro 2011. **Anais...** Rio de Janeiro, RJ, Brasil, 2011. CD-ROM.

SCHVIRCK, E.; LUNKES, R. J.; GASPARETTO, V.; BORBA, J. A. Convergência internacional das normas contábeis e as alterações na estrutura do relatório por segmentos: Da divulgação voluntária ao advento do CPC 22. **Revista Universo Contábil**, Blumenau, v. 10, n. 1, p. 67-83, jan/mar. 2014.

SCHVIRCK, E. **Relatórios por segmentos publicados pelas companhias de capital aberto no Brasil**: Os efeitos da divulgação no desempenho das empresas. 2014. 227 f. Tese (Doutorado) - Curso de Administração, Centro Sócio-econômico, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2014. Disponível em: <<http://tede.ufsc.br/teses/PCAD0907-T.pdf>>. Acesso em: 10 abril 2015.

SILVA, F. A.; PINHEIRO, L. E. T. Estágio atual de evidenciação e fatores que influenciam o disclosure de informações por segmentos por empresas brasileiras. **Revista de Contabilidade e Controladoria**, Curitiba, v. 4, n. 3, p. 78-94, set/dez. 2012.

SOUZA, J. A.; SARLO NETO, A. Práticas de Divulgação de Informações sobre Segmentos Operacionais no Brasil. **Sociedade, Contabilidade e Gestão**, Rio de Janeiro, v. 9, n. 2, p. 40-57, mai/ago. 2014.

TALHA, M.; SALIM, A. S. What prompts firms to choose between business and geographic segments as a primary segment? **Managerial Auditing Journal**. v. 25, n. 1, p. 17-31, 2010.

VASCONSELOS, M. G.; SZUSTER, N. Informações contábeis por segmento de negócios. **Revista de Contabilidade do Mestrado em Ciências Contábeis da UERJ**, Rio de Janeiro, v. 8, n. 2, p. 71-88, 2003.

WESCHENFELDER, C.; MAZZIONI, S. Informações por Segmento: Análise do nível de evidenciação das companhias listadas no Novo Mercado. **Revista Catarinense da Ciência Contábil – CRCSC**, Florianópolis, v. 13, n. 39, p. 21-22, mai/ago. 2014.