

ESTÁGIO ATUAL DE EVIDENCIAÇÃO E FATORES QUE INFLUENCIAM O *DISCLOSURE* DE INFORMAÇÕES POR SEGMENTOS POR EMPRESAS BRASILEIRAS

PRESENT STAGE OF DISCLOSURE AND FACTORS THAT INFLUENCES THE SEGMENT REPORT DISCLOSURE BY BRAZILIAN COMPANIES

Recebido em 16.11.2012 | Aceito em 30.11.2012 | Segunda versão aceita em 20.12.2012 |

Nota: este artigo foi aceito pelos Editores Romualdo Douglas Colauto e Ademir Clemente e passou por uma avaliação *double blind review*

A reprodução dos artigos, total ou parcial, pode ser feita desde que citada a fonte.

FLÁVIA DE ARAÚJO E SILVA

Mestranda em Ciências Contábeis | Universidade Federal de Minas Gerais | Centro de Pós-graduação e Pesquisas em Contabilidade e Controladoria – CEPCON | Rua Jacamar, 87 | Alípio de Melo | Belo Horizonte - MG | Telefone: (31) 3174 3436 | E-mail: flaviaaraujos@yahoo.com.br |

LAURA EDITH TABOADA PINHEIRO

Doutora em Ciências Contábeis | Professora Adjunta do Departamento de Ciências Contábeis | Universidade Federal de Minas Gerais | Centro de Pós-graduação e Pesquisas em Contabilidade e Controladoria – CEPCON | Av. Antônio Carlos, 6 627 | Sala 2038 | Belo Horizonte - MG | Telefone: (31) 3409 7271 | E-mail: ltaboada@face.ufmg.br |

RESUMO:

O presente trabalho objetivou verificar o estágio atual da evidenciação das informações por segmentos pelas empresas listadas na BM&FBovespa, considerando os requisitos elencados no CPC 22, e verificar quais fatores influenciam na divulgação dessas informações. A divulgação de tais informações permite aos investidores tomar decisões munidos de informações mais detalhadas acerca de como os negócios são administrados, uma vez que o CPC faz uso da abordagem gerencial. A amostra é formada pelas empresas que compõem o Índice Ibovespa. Foram

analisadas as notas explicativas de 47 empresas no ano de 2011. Os dados foram analisados por meio de estatística descritiva, apontando que a média de divulgação é de 63% (considerando os 16 itens de divulgação elencados). Nenhuma empresa divulgou todos os itens, sendo que apenas duas divulgaram 14 dos 16 itens. Os resultados apontam grande diferença entre os níveis de divulgação por setor de atividade: os setores de consumo cíclico e não cíclico e construção e transporte apresentaram as menores pontuações e as duas empresas do setor financeiro, a maior pontuação. Para testar quais variáveis explicativas impactam no nível de evidenciação das informações por segmento foi proposto um modelo de regressão múltipla. A única variável estatisticamente significativa foi o Ativo total, concluindo-se que o porte influencia numa maior abrangência da divulgação. As demais variáveis (posição lucrativa e setor) não foram estatisticamente significativas.

Palavras-chave: Abordagem Gerencial. Evidenciação. Informações por Segmento.

ABSTRACT

The present paper aims to verify the actual stage of operating segments disclosure by Brazilian companies listed in BM&FBovespa, considering the requirements of Pronouncement CPC 22, and also to verify which factors have influence in the information disclosure. It's considered that this disclosure allow investors to make decision with more detailed information about how the business are managed, since CPC 22 adopt the management approach. The sample is formed by companies that compound Ibovespa Index. There was analyzed the explanatory notes of 47 enterprises presented in 2011's financial statements. The data was analyzed by descriptive statistics. The average of disclosure is of 63% (considering the 16 disclosure items). Any company has disclosure all the items, but two of them have disclosed 14 items. The results show a great difference the level of disclosure between the activity sectors: cyclic and non cyclic consumption sectors and construction and transport had the lowest punctuation; the two financial sector's companies had the greatest punctuation. It was also proposed a multiple regression model for testing which explanatory variables could impact in the level of disclosure. The unique statistically significant variable was the Total Asset, concluding that the size influence a major comprehensiveness disclosure. The other variables (profitable position and sector) were not statistically significant.

Keywords: Management approach. Disclosure. Operating segments.

1 INTRODUÇÃO

Após longos anos de discussão, o processo de convergência às práticas contábeis internacionais está se consolidando no Brasil, com a promulgação da Lei 11.638/07 e criação do Comitê de Pronunciamentos Contábeis em 2005, que editou 43 Pronunciamentos Técnicos desde 2007 até a presente data. Esse processo de harmonização ao *International Financial Reporting Standards* - IFRS, o qual é uma tendência global, permitirá de acordo com Boscov (2009) uma melhor análise das informações financeiras das empresas que se encontram em diferentes países, considerando o

cenário globalizado do mundo dos negócios, uma vez que passarão a divulgar tais informações com uma linguagem universal.

Dentre os temas abordados pelos IFRS e que foram integrados às normas brasileiras, está a divulgação de informações por segmento. Até a aprovação do Pronunciamento Técnico CPC 22, que trata do tema, poucas empresas tinham a iniciativa de fazer tal publicação, e quando faziam, estavam contidas em prospectos de emissão inicial de ações (IPO), ou emissão de debêntures e títulos no exterior (IUDÍCIBUS, 2010).

Não obstante para as empresas que mantêm ações negociadas na Bolsa de Valores americana, a prática de publicação dessas informações já era comum, uma vez que os princípios de contabilidade geralmente aceitos nos Estados Unidos fazem essa exigência, por meio da *Statement of Financial Accounting Standard (SFAS) 31 "Disclosure about Segments of an Enterprise and Related Information"*.

A Comissão de Valores Mobiliários (CVM) enveredou nesse assunto ao publicar o Ofício-Circular CVM/SNC/SEP 01/2007 com recomendações de publicação de informações por segmento, segundo IAS 14 – *Segment Reporting*. Entretanto, não se tratava de uma obrigatoriedade, assim como não estava alinhado às IFRS, pois o IAS 14 diverge em alguns pontos do IFRS 8 – *Operating Segments* (IUDÍCIBUS, 2010).

Em busca da convergência às práticas contábeis internacionais, foi aprovado no Brasil em 2009 o CPC 22 – Informações por segmento, emitido pelo Comitê de Pronunciamentos Contábeis, baseado no IFRS 8. Por ser uma normatização recente, o nível de evidenciação dos itens exigidos pelo CPC no ano de 2010, conforme pesquisa realizada por Aillón *et. al.* (2012) foi considerado baixo. Nesse sentido, o problema de pesquisa que esse estudo busca responder é: **qual a extensão atual da divulgação de informações por segmento e quais fatores influenciam a divulgação dessas informações?**

O objetivo desta pesquisa é verificar o estágio atual da evidenciação das informações por segmentos pelas empresas com ações negociadas na Bolsa de Valores BM&FBovespa, considerando os requisitos elencados no CPC 22, e verificar quais fatores influenciam a divulgação dessas informações.

Nos últimos anos, algumas pesquisas foram realizadas buscando verificar o nível de *disclosure* voluntário de informações por segmentos por empresas brasileiras, uma vez que a norma ainda não estava em vigor (SCHVIRCK; GASPARETTO, 2011; CRUZ *et. al.*, 2011), entretanto existem poucos estudos que analisam a divulgação após a obrigatoriedade do CPC, sendo um deles o de Aillón *et. al.* (2012) que analisaram as demonstrações do exercício 2010.

A divulgação deste tipo de informação pelas empresas, a qual é baseada numa abordagem gerencial (*management approach*), é de grande relevância para o mercado financeiro e de capitais já que permite aos investidores tomarem decisões munidos de informações mais detalhadas acerca de como os negócios são administrados.

Segundo Iudícibus (2010, p. 630)

a informação por segmento torna-se importante para compreender o histórico e as tendências da companhia para períodos futuros, entender o contexto regional de um produto ou serviço, avaliar a influência de aspectos políticos, mensurar a contribuição de um cliente relevante (...) revelar aos investidores informações que possam ser utilizadas quando da realização de projeções sobre o desempenho da empresa, como aumento da lucratividade, limitações na capacidade de expansão, entre outros.

Essa pesquisa justifica-se pela necessidade de acompanhar a evolução da evidenciação dessas informações por parte das empresas, já que foi verificado um baixo nível de *disclosure*, como também analisar possíveis fatores que influenciavam na divulgação das informações por segmento. O

estudo pretende contribuir para o campo de pesquisas acerca da divulgação de informações por segmentos, que conforme destacam Cruz *et al.* (2011) é uma temática recentemente explorada no cenário brasileiro e, portanto, carente de pesquisas na área.

A fim de atender aos objetivos propostos, este artigo está dividido, além desta introdução, em quatro outras seções. A segunda apresenta o referencial teórico que o trabalho realizado. Em seguida, é exposta a metodologia de pesquisa. Na quarta seção, apresentam-se os resultados e por fim, na última sessão, estão relatadas as considerações finais.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 ABORDAGEM GERENCIAL DAS INFORMAÇÕES POR SEGMENTO

O IASB publicou a norma IFRS 8 “*Operating Segments*” em 2009, resultado da revisão da IAS 14 “*Segment Reporting*” e da norma americana SFAS 31 “*Disclosure about Segments of an Enterprise and Related Information*”. A novidade do IFRS 8 em relação ao IAS 14 é a adoção da abordagem gerencial (*management approach*), determinando que a segmentação possa refletir os mesmos critérios utilizados na contabilidade gerencial de cada instituição e deve estar de acordo com formas de mensuração interna. A abordagem do IAS 14 era do risco e retorno, ou seja, focava em identificar segmentos que apresentavam diferenças quanto ao risco e retorno a que a entidade estava exposta em relação a outros segmentos (BOSCOV, 2009). Essa abordagem anterior não refletia a condução dos negócios.

Algumas razões para o IASB ter adotado o *management approach*: (i) gerar consistência entre as informações divulgadas aos usuários e as que são reportadas internamente à Administração, permitindo ao usuário enxergar “por meio dos olhos da Administração”; (ii) informações por segmento são mais consistentes com as informações reportadas em outros tópicos dos relatórios financeiros; (iii) o custo de produzir informações por segmento é menor que no formato anterior pois a informação é a mesma que a gerada internamente para a Administração (PRICEWATERHOUSECOOPERS, 2008).

Ludícibus (2010, p. 630) afirma que ao utilizar informações com características gerenciais, a lógica é que o usuário tenha acesso às mesmas circunstâncias vividas pelo tomador de decisão, no momento de sua avaliação, e possa assim decidir com mais clareza por investir ou não em uma determinada empresa ou grupo. Boscov (2009) observa que a com a mudança da abordagem na divulgação de informações por segmento passa a haver uma vinculação da contabilidade societária, voltada aos usuários externos, à contabilidade gerencial, que é focada no planejamento e controle da organização.

Street, Nichols e Gray (2000) comentam que, quando a SFAS 131 foi editada em 1997, havia rumores de que as empresas pudessem modificar suas estruturas organizacionais para evitar os reportes dos segmentos, como forma de inibir os prejuízos que isso poderia trazer ao divulgar informações gerenciais para a concorrência.

Algumas críticas a essa mudança de abordagens foram encontradas na literatura. Gamble e Simms (2010) criticam a grande flexibilidade dada aos gestores para definição dos segmentos operacionais. Ludícibus (2010) destaca que o início desse processo envolverá gasto de tempo e recursos para caracterizar adequadamente os segmentos a serem reportados e adequar toda estrutura da empresa para obter a informação. O autor também aponta que poderão surgir dúvidas quanto à confidencialidade das informações e divulgação de informações estratégicas para a concorrência, mas que as mesmas tendem a se reduzir à medida que o mercado brasileiro se torne mais maduro e penalize as empresas que tentem ocultar informações.

Iudicibus (2010, p. 634) acrescenta que, a despeito de não permitir uma comparabilidade das informações entre as empresas, “a relevância das informações disponibilizadas faz mais sentido do que a comparabilidade para fins de tomada de decisão.”.

2.2 EVIDENCIAÇÃO DE INFORMAÇÕES POR SEGMENTO

Hendriksen e Van Breda (1999, p. 522) destacam a necessidade de divulgação das operações de cada um dos principais segmentos de empresas diversificadas ou com mercados organizados por região ou cliente uma vez que as tendências de crescimento, variabilidade e risco não podem ser analisadas de forma adequada com dados agregados: “a desagregação dos dados financeiros é necessária para permitir a predição de fluxos futuros de caixa e risco em modelos de tomada de decisão de investimento”.

O CPC 22 parte do princípio básico de que “a entidade deve divulgar informações que permitam aos usuários das demonstrações contábeis avaliarem a natureza e os efeitos financeiros das atividades de negócio nos quais está envolvida e os ambientes econômicos em que opera” (CPC, 2012). Hendriksen e Van Breda (1999) apontam que para objetivos de comparabilidade das informações ou para efetuar melhores previsões, existe uma influência sobre o tamanho mínimo do segmento de uma empresa que deve ser divulgado separadamente.

Por meio da Deliberação 582/2009, a CVM tornou a aplicação do CPC 22 obrigatória para as companhias abertas aos exercícios encerrados a partir de 31 de dezembro de 2010 e às demonstrações financeiras de 2009 que foram divulgadas em conjunto com as demonstrações de 2010, para fins de comparação. De acordo com Iudicibus (2010) o processo de harmonização às normas internacionais exige do profissional Contábil e dos gestores uma nova postura, uma vez que julgamento, relevância e reflexo econômico são priorizados em detrimento aos padrões normativos estabelecidos anteriormente. Assim, as informações financeiras deverão ser consideradas em sua plenitude para uma melhor avaliação do negócio.

A aplicação do CPC 22 é obrigatória para empresas com ações listadas em Bolsa de Valores, portanto, a grande maioria das empresas brasileiras, que são empresas limitadas ou de capital fechado, não estão obrigadas a publicar informações por segmentos, apesar da importância da evidenciação de tais informações. Segmento operacional é definido pelo CPC 22 como um componente da entidade:

- a) que desenvolve atividades de negócio das quais pode obter receitas e incorrer em despesas (incluindo receitas e despesas relacionadas com transações com outros componentes da mesma entidade); b) cujos resultados operacionais são regularmente revistos pelo principal gestor das operações da entidade para a tomada de decisões sobre recursos a serem alocados ao segmento e para a avaliação do seu desempenho; e c) para o qual haja informação financeira individualizada disponível.

Conforme o CPC 22 o principal gestor das operações diz respeito a uma função dentro da organização que pode ser uma pessoa específica (um CEO ou Diretor) ou um grupo de Diretores. A temática Avaliação de Desempenho é matéria do campo gerencial o que evidencia uma relação estreita das informações por segmento com a Contabilidade Gerencial.

Segundo os critérios de agregação de segmentos especificados pelo CPC, dois ou mais segmentos podem ser agrupados num só segmento operacional se a agregação for compatível com o princípio básico, se os segmentos apresentem características econômicas semelhantes e “se forem semelhantes em relação a cada um dos seguintes aspectos, a) natureza dos produtos ou serviços; b) natureza dos processos de produção; c) tipo ou categoria de clientes dos seus produtos e serviços; d) métodos usados para distribuir os seus produtos ou prestar os serviços; e e) se aplicável, a natureza do ambiente regulatório” (CPC, 2012).

Alguns parâmetros mínimos quantitativos foram definidos pelo CPC para atender aos critérios de segmento divulgável, como: a receita total do segmento deve ser igual ou superior a 10% da receita de todos os segmentos da empresa somados; o total do lucro ou prejuízo, em termos absolutos, deve ser igual ou superior a 10% do lucro total dos segmentos que apresentarem lucro ou do prejuízo total dos segmentos que apresentarem prejuízo; os ativos do segmento devem ser iguais ou superiores a 10% do total de ativos de todos os segmentos somados.

Os segmentos que não atingirem os parâmetros mínimos citados acima podem ser combinados num segmento, compondo um segmento divulgável, desde que apresentem características econômicas semelhantes e compartilhem a maior parte dos critérios de agregação estabelecidos (CPC, 2012).

O CPC exige a divulgação do grau de dependência dos principais clientes, informando se existe algum cliente que seja responsável por 10% ou mais das receitas totais da entidade, sem necessariamente divulgar a identidade deste cliente (CPC, 2012). Essa informação permite ao usuário externo analisar quão vulnerável a empresa está em relação a seus clientes.

O CPC 22 também contempla as entidades que possuem apenas um único segmento divulgável, já que estabelece que todas as entidades, incluindo as entidades que dispõem de um único segmento divulgável, evidenciem as receitas de seus diferentes produtos e serviços provenientes dos clientes externos, como também as receitas provenientes de clientes externos atribuídas ao país-sede da entidade e a todos os países estrangeiros. Uma particularidade do CPC 22, não contemplada no IFRS 8, é a obrigatoriedade de divulgação de informações por região geográfica dentro do Brasil, se forem relevantes e utilizadas gerencialmente.

2.3 TEORIA DA DIVULGAÇÃO

A Teoria da Divulgação foca na tentativa de explicar o fenômeno da divulgação de informações financeiras, a partir de diversas perspectivas, como por exemplo, determinar qual é o efeito da divulgação de demonstrações contábeis no preço das ações, explicar quais as razões econômicas para que determinada informação seja divulgada voluntariamente (SALOTTI; YAMAMOTO, 2005). Verrecchia (2001) destaca que o *disclosure* tem um papel significativo na contabilidade sendo que os modelos de evidenciação estabelecem um *link* entre os relatórios financeiros e as consequências econômicas dessa atividade.

Verrecchia (2001) ao escrever "*Essays on Disclosure*" fez um levantamento do estado da arte da pesquisa contábil relacionada à Teoria da Divulgação. Posteriormente, Dye (2001) teceu críticas a respeito do *paper* de Verrecchia com o artigo "*An Evaluation of 'Essays on Disclosure' and the Disclosure Literature in Accounting*". Pesquisas focando a Teoria da Divulgação estão sob o enfoque positivista, contrastando com o normativo que prevaleceu por anos, conforme destacado por Salotti e Yamamoto (2005).

Tendo em vista que a Administração pode escolher por divulgar ou não determinadas informações, sob certas circunstâncias, existe uma linha de pesquisa acerca da Teoria da Divulgação Voluntária que, segundo Dye (2001), é um caso especial da Teoria dos Jogos cuja premissa é: a entidade escolhe evidenciar informações favoráveis e não divulgar as desfavoráveis. Salotti e Yamamoto (2005) também são favoráveis à ideia de que a Teoria dos Jogos auxilia na compreensão desse processo de *disclosure* e no comportamento do investidor (um dos jogadores) que irá tomar decisões baseado na divulgação da empresa (outro jogador).

2.4 DETERMINANTES DE DISCLOSURE

O *disclosure* é um processo de prover aos usuários externos informações que os subsidiem no processo de tomadas de decisão. Essas informações são disponibilizadas pelas demonstrações

contábeis que incluem, além das próprias demonstrações, as notas explicativas que de acordo com Mapurunga, *et. al.* (2011) e Hendriksen e Van Breda (1999) contém informações, quantitativas e descritivas, importantíssimas para compreensão dos saldos e transações de uma empresa.

Dentre os usuários externos que possuem interesse numa organização, destacam-se os investidores que possuem especial interesse em acompanhar o desempenho das firmas em que investem. O nível de evidenciação influencia no comportamento dos investidores, pois pode afetar a percepção acerca do risco da companhia (MAPURUNGA, *et. al.*, 2011).

Conforme salientam Pereira *et al.* (2008), Mapurunga, *et. al.* (2011) e Murcia e Santos (2009) a evidenciação de informações financeiras por parte das empresas que atuam no mercado de capitais é uma forma de reduzir a assimetria informacional entre os agentes envolvidos ao disponibilizar para o público investidor informações importantes acerca da performance da firma Pereira *et. al.* (2008) pesquisaram fatores que influenciam um maior nível de *disclosure* e levantaram uma relação positiva com as variáveis lucro, tamanho da empresa, adesão a um dos Níveis Diferenciados de Governança Corporativa da BM&FBovespa e a presença de acionistas controladores. Mapurunga *et al.* (2011) apontam que as pesquisas levantadas por eles encontraram relação positiva entre o *disclosure* e determinadas características das empresas como tamanho, lucro, rentabilidade e endividamento.

2.5 ESTUDOS RECENTES SOBRE INFORMAÇÕES POR SEGMENTO

Hermann e Thomas (1996) pesquisaram níveis de divulgação de informações por segmentos de empresas da União Européia no ano de 1992 e 1993 e constataram que a qualidade das informações por segmento estão positivamente relacionadas com o porte das empresas e com o país de domicílio. Talha e Salim (2010) pesquisaram empresas da Malásia e encontraram influência significativa entre o porte, desempenho financeiro e número de unidades de negócio das empresas com a seleção dos segmentos primários a serem reportados.

Street, Nichols e Gray (2000) pesquisaram a divulgação de informações por segmento nos Estados Unidos antes e depois da vigência da norma e concluíram que houve melhoria na divulgação dos segmentos das empresas americanas pesquisadas: o número de segmentos reportados e a consistência da informação por segmento com relatórios anuais aumentaram significativamente. Vasconcelos e Szuster (2003) pesquisaram a divulgação voluntária de informações por segmento de empresas brasileiras no ano de 2001 e concluíram que: (i) não havia padronização para evidenciação das informações; (ii) as empresas de energia elétrica estavam avançadas no *disclosure* dos segmentos, entretanto os itens de divulgação não condiziam integralmente com os itens prescritos pelas normas internacionais e (iii) as informações divulgadas no mercado externo por companhias brasileiras com títulos negociados no estrangeiro não continham a mesma qualidade da informação disponibilizada ao público brasileiro.

Nichols e Street (2007) pesquisaram a relação entre competição industrial e a escolha dos gerentes em divulgar separadamente um segmento de negócio segundo o IAS 14. Os resultados da regressão indicaram haver uma relação negativa significativa entre a evidenciação e os retornos em excesso. Apontaram também que existe relação significativa entre o nível de evidenciação e o porte e o número de unidades de negócios em que a entidade opera.

Boscov (2009) pesquisou se a vinculação da contabilidade financeira à contabilidade gerencial, na norma de informações por segmentos do IASB, levava a uma melhoria na qualidade das informações financeiras e a um aumento no nível de *disclosure*. A autora realizou 17 entrevistas com os grupos de preparadores das informações financeiras, auditores, analistas das DF's e acadêmicos. Os resultados indicaram que a evidenciação de informações por segmento gera aumento de valor para o processo de divulgação das empresas, mas para que haja benefício deve haver profundidade no nível de

disclosure e a principal vantagem do relatório de informações por segmento é “poder entender a lógica e a razão de ser dos negócios das empresas, além de auxiliar em suas atividades de previsão de movimentos futuros” (BOSCOV, 2009, p. 123).

Schvirck e Gasparetto (2011) pesquisaram o nível de publicação voluntária de informações por segmentos de 49 empresas que compunham o índice Ibovespa em novembro de 2010, analisando as demonstrações financeiras do exercício de 2009, ou seja, antes da obrigatoriedade da divulgação advinda com o CPC 22. Esse estudo também procurou verificar se havia diferenciação no nível de *disclosure* de empresas que aderiram ao Novo Mercado em comparação aos outros níveis de governança. Os autores concluíram que, apesar das empresas do Novo Mercado tenderem a ter maior disposição à divulgação das informações, não foi possível atribuir às empresas participantes do Novo Mercado uma melhor evidenciação sobre as empresas dos outros níveis de governança. Os autores também destacaram que há um baixo nível de *disclosure* pelas empresas da amostra de forma geral e que das cinco empresas que divulgam informações em IFRS, somente duas publicaram a mesma informação nas demonstrações contábeis no padrão nacional.

Já Cruz *et. al.* (2011) pesquisaram as práticas voluntárias de informações por segmentos de 106 companhias listadas no Novo Mercado da Bovespa, considerando as demonstrações financeiras do exercício de 2009. Os autores identificaram que a prática ainda é incipiente no Brasil: foram encontradas poucas evidências sobre os principais clientes das empresas (informações por área geográfica e por tipo de produtos e serviços foram mais comuns); nenhuma empresa publicou o fluxo de caixa por segmento; 39 empresas não citaram os futuros impactos que o CPC 22 poderia trazer.

O objeto de estudo de Aillón *et. al.* (2012) foi verificar como eram evidenciadas as informações gerenciais publicadas na nota explicativa de informações por segmento do exercício de 2010 nas 48 empresas com ações negociadas na Bovespa que compõem o índice IBRX-50. Os resultados evidenciaram que 66% das empresas divulgaram seus segmentos por linha de atividade ou unidade de negócio e 26% divulgaram por região geográfica. As categorias com menor evidenciação foram: conciliação entre contabilidade financeira e gerencial; clientes com representatividade maior de 10% da receita total; Ebitda por segmento; e método de agregação de segmentos. Finalmente, a conclusão dos autores é que o nível de *disclosure* das informações é baixo.

O estudo de Aillón *et. al.* (2012) também envolveu a Análise de Regressão Múltipla para testar variáveis explicativas que impactam o nível de evidenciação. O resultado da regressão apontou que as empresas que apresentam Lucro Líquido positivo tendem a divulgar mais informações por segmento em relação às empresas que apresentam resultados negativos. A análise da variável Listagem no Novo Mercado versus outros níveis de Governança não se mostrou significativa, resultado similar ao encontrado por Schvirck e Gasparetto (2011).

3 METODOLOGIA DE PESQUISA

O presente estudo caracteriza-se como descritivo, uma vez que objetiva descrever características de uma população, assim como estabelecer relações entre as variáveis (BEUREN, 2008). Trata-se de uma pesquisa quantitativa, pois atende às características: os dados e as evidências coletadas podem ser quantificados, mensurados, sendo que os dados são organizados e tabulados para serem submetidos a técnicas ou testes estatísticos. A análise e interpretação dos dados se orientam por meio do entendimento e conceituação de técnicas e métodos estatísticos (MARTINS; THEÓPHILO, 2009).

Quanto aos procedimentos iniciou-se com a pesquisa bibliográfica a fim de identificar o estágio atual do conhecimento sobre o tema, e a seguir uma pesquisa documental utilizando-se de informações presentes nas Demonstrações Financeiras Padronizadas (DFP's) do ano de 2011, disponíveis no site da CVM. A população é composta pelas empresas que compõem o índice Ibovespa da BM&FBovespa, (Carteira teórica do Ibovespa válida para o quadrimestre maio a agosto de 2012). Foram excluídas as

companhias de participação acionária, uma vez que não configuram empresas de produção ou comercialização de produtos ou serviços.

A amostra é composta por 59 empresas. A escolha dessa amostra justifica-se pelo fato de que o Índice Ibovespa é bastante representativo no cenário do mercado de capitais brasileiro, uma vez que é composto pelos principais papéis negociados na BM&FBOVESPA e representa de acordo com BM&FBOVESPA (2012) “o mais importante indicador do desempenho médio das cotações do mercado de ações brasileiro”. A análise dos dados foi realizada de forma a verificar inicialmente se a empresa divulgou ou não informações por segmento. Para as empresas que divulgaram a nota explicativa, avaliou-se a completude dos itens evidenciados através de um *check list* elaborado a partir do CPC 22, conforme apresentado no Quadro 1.

Quadro 1: *Check list* dos itens de divulgação considerados

| ITEM | ITEM CPC | DESCRIÇÃO |
|------|----------------|---|
| 1 | 5 | Como foram identificados os segmentos operacionais (componente da entidade que desenvolve atividades de negócio das quais pode obter receitas e incorrer em despesas); cujos resultados operacionais são regularmente revistos pelo principal gestor das operações da entidade para a tomada de decisões sobre recursos a serem alocados ao segmento e para a avaliação do seu desempenho; e para o qual haja informação financeira individualizada disponível. |
| 2 | 21. c | Conciliações das receitas totais dos segmentos, do respectivo lucro ou prejuízo, dos seus ativos e passivos e outros itens materiais com os montantes da entidade. |
| 3 | 22. a | Fatores utilizados para identificar os segmentos divulgáveis da entidade, incluindo a base da organização. Se a administração optou por organizar a entidade em torno: das diferenças entre produtos e serviços; áreas geográficas; ambiente regulatório; combinação de fatores; se os segmentos operacionais foram agregados. |
| 4 | 22. b | Tipos de produtos e serviços a partir dos quais cada segmento divulgel obtém suas receitas; |
| 5 | 23 | Valor do lucro ou prejuízo de cada segmento divulgável; |
| 6 | 23 | Valor do ativo total de cada segmento divulgável; valor do passivo para cada segmento divulgável se esse valor for apresentado regularmente ao principal gestor das operações. |
| | 23 | A entidade deve divulgar também as seguintes informações sobre cada segmento se os montantes especificados estiverem incluídos no valor do lucro ou prejuízo do segmento revisado pelo principal gestor das operações, ou for regularmente apresentado a este, ainda que não incluído no valor do lucro ou prejuízo do segmento: |
| 7 | 23.a | Receitas provenientes de clientes externos; |
| 8 | 23. b | Receitas de transações com outros segmentos operacionais da mesma entidade; |
| 9 | 23. c 23. d | Receitas financeiras e despesas financeiras separadamente; |
| 10 | 23. e | Depreciações e amortizações; |
| 11 | 23.g | Participação da entidade nos lucros ou prejuízos de coligadas e de empreendimentos sob controle conjunto (<i>joint ventures</i>) contabilizados de acordo com o método da equivalência patrimonial; |
| 12 | 23. h | Despesa ou receita com imposto de renda e contribuição social; |
| 13 | 24. a | O montante do investimento em coligadas e empreendimentos conjuntos (<i>joint ventures</i>) contabilizado pelo método da equivalência patrimonial; |
| 14 | 24. b | O montante de acréscimos ao ativo não circulante, exceto instrumentos financeiros, imposto de renda e contribuição social diferidos ativos, ativos de benefícios pós-emprego e direitos provenientes de contratos de seguro. |
| 15 | 27 | Explicação das mensurações do lucro ou do prejuízo, dos ativos e dos passivos do segmento para cada segmento divulgável, informando bases de contabilização e se as políticas contábeis são as mesmas. |
| 16 | 34 | A entidade deve fornecer informações sobre seu grau de dependência de seus principais clientes. Se as receitas provenientes das transações com um único cliente externo representarem 10% ou mais das receitas totais da entidade, esta deve divulgar tal fato, bem como o montante total das receitas provenientes de cada um desses clientes e a identidade do segmento ou dos segmentos em que as receitas são divulgadas. |

Fonte: Elaborado a partir do CPC 22 (CPC, 2012).

Os critérios para a pontuação são apresentados no Quadro 2.

Quadro 2: Critérios para pontuação do *check list*

| PONTOS | CRITÉRIOS |
|--------|---|
| 1 | Foi evidenciado nas notas explicativas. |
| 0 | Não foi evidenciado nas notas explicativas. |
| N/A | Não aplicável para a entidade. |

Fonte: elaborado pelos autores.

O critério não aplicável foi considerado em casos como: se a empresa não tem investimentos contabilizados pelo método de equivalência patrimonial (itens 11 e 13) ou tem apenas um único segmento divulgável. Os dados foram analisados, inicialmente, por meio de estatística descritiva, avaliando as diferenças por setores de atividades. Aplicou-se, também, o modelo de regressão múltipla para testar possíveis variáveis explicativas que impactam o nível de evidenciação das informações por segmento. A escolha da regressão múltipla para os dados está baseada na tentativa de explicar o comportamento de uma variável independente (nível de evidenciação) com base no valor de variáveis explanatórias (GUJARATI; PORTER, 2011). O modelo de regressão utilizado, baseado nos estudos de Aillón *et. al.* (2012), Magalhães, Pinheiro e Lamounier (2011) e Hermman e Thomas (1996), corresponde à seguinte equação:

$$Y_1 = \alpha + \beta_1 \cdot X_1 + \beta_2 \cdot X_2 + \beta_3 \cdot X_3 + u$$

Em que,

Quadro 3: Variáveis consideradas no Modelo de Regressão

| VARIÁVEL | DESCRIÇÃO | RELAÇÃO ESPERADA |
|----------|--|---|
| A | Intercepto do modelo (constante). | |
| Y_1 | Variável dependente “pontos”: Pontuação resultante da análise das informações exigidas pelo CPC 22. | N/a |
| X_1 | Variável independente “ativo”: Tamanho da empresa, representado pelo Ativo Total. | Relação positiva. Espera-se que as empresas de maior porte tenham mais segmentos a serem reportados, portanto, tenham maior nível de evidenciação. |
| X_2 | Variável independente “lucro”: <i>dummy</i> do Lucro Líquido (Valor positivo=1; valor negativo=0). | Espera-se que a posição de lucro esteja positivamente relacionada com a maior divulgação. |
| X_3 | Variável independente “setor”: <i>dummy</i> do setor (empresa pertence ao setor Mineração = 1; empresa pertence a outros setores = 0). | Relação positiva com o setor a que pertence: existe pouca probabilidade de que os níveis de evidenciação sejam os mesmos em todos os setores da economia. |
| U | Resíduo do modelo | N/a. |

Fonte: Elaborado pelos autores.

Para estimar as variáveis independentes foi utilizado o Método dos Mínimos Quadrados Ordinários (MQO). A escolha da variável setor foi baseada nos estudos de Aillón *et. al.* (2012) que apontaram que as empresas do setor de mineração foram as que atingiram maior pontuação em relação aos itens de divulgação requeridos pelo CPC 22. Os setores foram extraídos do banco de dados da CVM e Bovespa; os demais dados foram extraídos da base Econômica. Como o modelo de regressão considerou dados de diversas empresas para um mesmo período, os dados enquadram-se como dados em corte transversal (GUJARATI; PORTER, 2011).

Os dados referem-se às informações por segmento consolidadas apresentadas pelas empresas para o exercício 2011. O software utilizado nas análises foi o Stata 11.0 e o nível de significância definido foi de 10%.

4 RESULTADOS

A amostra contemplava 59 empresas, mas 12 delas não apresentaram a nota explicativa de informações por segmentos, justificando que possuem apenas um único segmento ou que a Administração não se utiliza de informações por segmento para analisar o desempenho. Apenas uma dessas 12 empresas não fez nenhuma menção por não apresentar a nota. Destaca-se que o CPC determina que, mesmo havendo um único segmento, a empresa deve fazer a divulgação, conforme mencionado no tópico 2.2. Portanto, essas 12 empresas estão em desacordo com as práticas contábeis adotadas no Brasil. Dessa forma, a amostra final ficou composta por 47 empresas.

4.1 ESTATÍSTICA DESCRITIVA

Considerando os 16 itens do *check list* de divulgação apresentados no tópico 3, a tabela 1 a seguir apresenta a estatística descritiva dos itens aplicáveis às 47 empresas que apresentaram informação por segmento.

Tabela 1: Resultados da estatística descritiva da pontuação conforme atendimento aos itens do *check list*

| MÉDIA | MEDIANA | DESVIO PADRÃO | VARIÂNCIA | MÍNIMO | MÁXIMO | COEFICIENTE DE VARIAÇÃO |
|-------|---------|---------------|-----------|--------|--------|-------------------------|
| 0,63 | 0,69 | 0,15 | 0,24 | 0,25 | 0,875 | 0,24 |

Fonte: elaborada pelos autores.

Assim, verifica-se que as empresas com maior pontuação alcançaram 87,5%, ou seja, 14 itens dos 16 considerados na análise. Na Tabela 2 demonstra-se a frequência simples e acumulada da pontuação percentual:

Tabela 2: Frequência simples e acumulada da pontuação percentual

| PONTUAÇÃO % | FREQUÊNCIA | % DO TOTAL | % ACUMULADO |
|-------------|------------|------------|-------------|
| 0 a 35% | 2 | 4,26 | 4,26 |
| 36% a 46% | 6 | 12,77 | 17,02 |
| 47% a 57% | 11 | 23,40 | 40,43 |
| 58% a 68% | 12 | 25,53 | 65,96 |
| 69% a 79% | 10 | 21,28 | 87,23 |
| 80% a 90% | 6 | 12,77 | 100,00 |
| Total | 47 | | 100,00 |

Fonte: Elaborada pelos autores.

A seguir, apresenta-se a estatística descritiva por setor de atividade, conforme classificação da Bovespa.

Tabela 3: Estatística descritiva por setor de atividade

| SETOR (*) | SEGMENTO (**) | QTDE. EMPRESAS SEGMENTO | QTDE. EMPRESAS SETOR | % DO TOTAL | MÉDIA | MEDIANA | VARIÂNCIA | MIN. | MAX. |
|-------------------------|---|-------------------------|----------------------|------------|-------|---------|-----------|------|------|
| Consumo não cíclico | Agricultura | 2 | 7 | 15% | 0,57 | 0,56 | 0,02 | 0,38 | 0,69 |
| | Alimentos | 3 | | | | | | | |
| | Bebidas e Fumo | 2 | | | | | | | |
| Financeiro | Bancos | 3 | 3 | 6% | 0,79 | 0,88 | 0,02 | 0,63 | 0,88 |
| Consumo cíclico | Comércio (atacado/varejo) | 5 | 7 | 15% | 0,55 | 0,56 | 0,03 | 0,25 | 0,75 |
| | Têxtil, vestuário, farmacêutico e higiene | 2 | | | | | | | |
| Construção e transporte | Construção civil, material de construção e decoração; | 5 | 10 | 21% | 0,59 | 0,56 | 0,02 | 0,38 | 0,81 |
| | Serviços de transporte e logística | 5 | | | | | | | |
| Utilidade pública | Energia elétrica | 5 | 6 | 13% | 0,67 | 0,72 | 0,02 | 0,50 | 0,81 |
| | Saneamento, água e gás | 1 | | | | | | | |
| Materiais básicos | Extração mineral; | 2 | 8 | 17% | 0,67 | 0,75 | 0,04 | 0,25 | 0,81 |
| | Metalurgia e siderurgia; | 3 | | | | | | | |
| | Papel e celulose | 2 | | | | | | | |
| | Petroquímico | 1 | | | | | | | |
| Petróleo e gás | Petróleo e gás | 2 | 2 | 4% | 0,63 | 0,63 | 0,00 | 0,63 | 0,63 |
| - | Outros(***) | 4 | 4 | 9% | 0,69 | 0,72 | 0,01 | 0,56 | 0,77 |
| | Total | 47 | 47 | 100% | | | - | | |

Fonte: elaborada pelos autores.

(*) Conforme classificação da BM&F Bovespa.

(**) Conforme classificação da CVM.

(***) Engloba setores que apareceram com frequência única: Bolsa de Valores, Mercadorias e Futuros; Máquinas, equipamentos, veículos e peças; Telecomunicações; e "sem setor principal: Redecard".

Por meio da Tabela 3, verifica-se que os setores de consumo cíclico e não cíclico e construção e transporte apresentaram as menores médias e medianas. Já o setor financeiro foi o que apresentou a maior média, seguido dos setores de utilidade pública, materiais básicos e o setor outros.

Em relação aos fatores utilizados para identificar os segmentos divulgáveis da entidade (item 22.a do CPC), verifica-se pela Tabela 4 abaixo que predomina a divulgação em torno das diferenças entre produtos e serviços.

Tabela 4: Fatores utilizados para identificar os segmentos divulgáveis

| TIPO DE SEGMENTAÇÃO | QTDE. | % TOTAL |
|--|-------|---------|
| Produtos e serviços | 31 | 66 |
| Áreas geográficas | 5 | 11 |
| Área geográfica + produtos e serviços | 8 | 17 |
| Ambiente regulatório + produtos e serviços | 2 | 4 |
| Ambiente regulatório | 1 | 2 |
| Total | 47 | 100 |

Fonte: elaborada pelos autores.

Os seis itens mais divulgados encontram-se listados na Tabela 5.

Tabela 5: Itens mais divulgados

| ITEM | % EMPRESAS |
|--|------------|
| Fatores utilizados para identificar os segmentos divulgáveis da entidade. | 100 |
| Receitas provenientes de clientes externos para cada segmento divulgável. | 100 |
| Como foram identificados os segmentos operacionais. | 96 |
| Tipos de produtos e serviços a partir dos quais cada segmento divulgável obtém suas receitas. | 87 |
| Conciliações das receitas totais dos segmentos, do respectivo lucro ou prejuízo, dos seus ativos e passivos e outros itens materiais com os montantes correspondentes da entidade. | 87 |
| Valor do lucro ou prejuízo de cada segmento divulgável. | 87 |

Fonte: Elaborada pelos autores.

Em contrapartida, a Tabela 6 apresenta os seis itens menos divulgados.

Tabela 6: Itens menos divulgados

| ITEM | % EMPRESAS |
|--|------------|
| Receitas financeiras e despesas financeiras separadamente para cada segmento divulgável. | 38 |
| Explicação das mensurações do lucro ou do prejuízo, dos ativos e dos passivos do segmento para cada segmento divulgável, informando bases de contabilização e se as políticas contábeis são as mesmas. | 38 |
| Informações sobre o grau de dependência da entidade com seus principais clientes. | 38 |
| Receitas de transações com outros segmentos operacionais da mesma entidade. | 36 |
| O montante do investimento em coligadas e empreendimentos conjuntos (<i>joint ventures</i>) contabilizado pelo método da equivalência patrimonial. | 28 |
| O montante de acréscimos ao ativo não circulante, exceto instrumentos financeiros, imposto de renda e contribuição social diferidos ativos, ativos de benefícios pós-emprego e direitos provenientes de contratos de seguro. | 15 |

Fonte: elaborada pelos autores.

A média geral de pontuação (itens divulgados conforme o *check list*) encontrada nesse estudo (63%) é maior que a apresentada nos resultados de pesquisas anteriores, como a de Aillón *et. al.* (2012) que foi de cerca de 48% (média de 9,1 pontos de 19 itens analisados). Dita pesquisa foi realizado com dados das demonstrações do exercício de 2010, o que evidencia um aumento progressivo do atendimento ao exigido pela norma.

Outro ponto acerca do conteúdo dos itens divulgados pelas 47 empresas é que nenhuma das empresas divulgou todos os 16 itens considerados na análise, sendo que apenas duas das 47 empresas divulgaram 14 dos 16 itens (essas duas empresas são do setor bancos). Apenas 3 empresas informaram que as receitas provenientes das transações com um único cliente representam 10% ou

mais das receitas totais e, dessas três, duas informam a identidade desse(s) principal(is) cliente, mesmo sendo uma informação não requerida pelo CPC. Uma das empresas informou que um único cliente é responsável por 25% das vendas em determinado segmento no ano de 2011; outra informou que dois clientes representam 29% da receita e a terceira informou que quatro clientes são responsáveis por 60% do faturamento em um segmento e um cliente é responsável por 14% das vendas em outro segmento, especificando o percentual por cliente.

Sete empresas apresentaram o resultado financeiro líquido em detrimento à divulgação da receita separadamente da despesa financeira. Vinte e quatro empresas (51%) divulgaram o custo dos produtos vendidos/serviços prestados por segmento, informação não contemplada como obrigatória no CPC 22 e também 51% das empresas (24 empresas) informaram quem é o principal gestor da Companhia, informação também não obrigatória de divulgação pelo CPC 22. Verificou-se que o nível de divulgação voluntária, então, foi bem reduzido. À luz da Teoria da Divulgação voluntária, pode-se inferir que tais informações não seriam desfavoráveis às entidades que as divulgaram.

Duas empresas informaram possuir apenas um único segmento e divulgaram as informações deste único segmento.

4.2 RESULTADOS DA REGRESSÃO

Foram realizados os testes para verificação se o modelo proposto atendia às premissas do Modelo de Regressão Linear estimado por MQO:

- Normalidade dos resíduos: foi aplicado o teste *Omninorm*, sendo que o p-valor encontrado foi de 0,1115, que é maior que o nível de significância definido e, portanto, indica que os resíduos possuem distribuição normal;
- Heterocedasticidade: realizou-se o teste de *Breusch-Pagan* que apontou um p-valor de 0,20, indicando que a variância do erro é constante e não há violação do pressuposto da homocedasticidade;
- Multicolinearidade: analisou-se o Fator de Inflação das Variâncias (VIF) que foi de 1,04, não apontando, assim, colinearidade entre as variáveis;
- Especificação e forma funcional do modelo: pelo teste de *Ramsey RESET*, encontrou-se um p-valor de 0,625, indicando que a equação estimada está especificada corretamente.

Na Tabela 7 apresentam-se os resultados do modelo de regressão.

Tabela 7: Resultados da Regressão

| VARIÁVEL | COEFICIENTE | ESTAT. T | PROBAB. |
|------------------------|-------------|----------|---------|
| Ativo | 2,200 | 1,96 | 0,057 |
| Lucro (<i>Dummy</i>) | 0,047 | 0,91 | 0,370 |
| Setor (<i>Dummy</i>) | 0,164 | 1,54 | 0,131 |
| Constante | 0,566 | 12,56 | 0,000 |

Fonte: elaborada pelos autores.

Verificou-se, também, que a correlação entre as variáveis é baixa, conforme demonstrado na Tabela 8.

Tabela 8: Correlação entre as variáveis do Modelo de Regressão

| | PONTOS(Y) | ATIVO(X_1) | LUCRO (DUMMY- X_2) | SETOR (DUMMY- X_3) |
|---------------|-----------|----------------|--------------------------|--------------------------|
| Pontos | 1,000 | | | |
| Ativo | 0,3139 | 1,0000 | | |
| Lucro (Dummy) | 0,1533 | 0,1845 | 1,0000 | |
| Setor (Dummy) | 0,2136 | 0,0448 | -0,1324 | 1,0000 |

Fonte: Elaborada pelos autores

Diante do exposto, o Modelo de regressão pode ser analisado uma vez que atende às premissas do Modelo MQO. Não há fundamento na aplicação do teste do problema de autocorrelação, pois os dados em análise são de corte transversal, portanto, uma mudança na ordem das observações não modificará a lógica do modelo proposto (GUJARATI, PORTER, 2011).

A única variável estatisticamente significativa, ou seja, cujo p-valor foi menor que o nível de significância definido, foi o Ativo total. O sinal do beta é positivo, conforme relação esperada (quanto maior o porte da empresa, maior nível de evidenciação). Desse modo, as demais variáveis explicativas (posição lucrativa e setor) não são estatisticamente significativas, o que significa que não influenciaram a divulgação das informações por segmento na amostra analisada. Cabe destacar que o grau de ajuste desse modelo de regressão é muito pequeno, representado pelo R-2 ajustado de 0,095, o que leva a inferir que o modelo não explica bem o comportamento da variável dependente.

5 CONCLUSÕES

A informação por segmento é fundamental para compreender o histórico e as tendências da companhia, assim como entender o contexto de risco e retorno de um produto ou serviço ou determinada região geográfica.

Essa pesquisa buscou verificar a extensão atual da divulgação de informações por segmento e quais fatores influenciam a divulgação dessas informações, considerando as Notas Explicativas das Demonstrações Financeiras consolidadas do exercício de 2011 das empresas brasileiras de capital aberto que compõem o índice Ibovespa. A amostra inicial contemplava 59 empresas, entretanto 12 delas não apresentaram a nota explicativa de informações por segmentos, justificando que possuem apenas um único segmento ou que a Administração não se utiliza de informações por segmento para analisar o desempenho.

Percebe-se que as empresas estão evoluindo no processo de divulgação de informações por segmentos tendo em vista a média de pontuação encontrada nesse estudo, que foi de 63%, maior que a obtida em pesquisas anteriores, como a de Aillón *et. al.* (2012) que foi de 48%. Nenhuma das empresas divulgou todos os 16 itens considerados na análise, sendo que apenas duas das 47 empresas, ambas as instituições financeiras, divulgaram 14 dos 16 itens.

Existe grande diferença entre os níveis de divulgação por setor de atividade: os setores de consumo cíclico e não cíclico e construção e transporte (vinte e quatro empresas) apresentaram as menores médias e num nível superior encontram-se as empresas do setor de materiais básicos (oito empresas).

Em relação à divulgação voluntária de informações (não obrigatórias pelo CPC 22), apenas o custo dos produtos vendidos/serviços prestados e a informação de quem é o principal gestor da empresa foram informadas por 51% das companhias.

A análise das variáveis que poderiam explicar o nível de divulgação das informações por segmento identificou como única variável estatisticamente significativa o Ativo total, o que denota que quanto

maior é o porte da empresa, maior é o nível de evidenciação, confirmando resultados de pesquisas anteriores. As demais variáveis explicativas analisadas (posição lucrativa e setor), não resultaram estatisticamente significativas. O fato dessas variáveis não influenciarem a divulgação das informações por segmento na amostra analisada, se contrapõe aos achados de pesquisas anteriores.

Como sugestões de pesquisas futuras, imagina-se verificar outras variáveis que influenciem no nível de *disclosure* em amostras maiores; fazer um estudo comparativo de empresas brasileiras com empresas estrangeiras para levantar como são divulgadas informações por segmentos em outros cenários econômicos.

REFERÊNCIAS

- AILLÓN, H. S.; SILVA, J. O.; PINZAN, A. F.; WUERGES, A. F. E. Análise das informações por segmento: divulgação de Informações gerenciais pelas empresas brasileiras. *In: Congresso USP DE CONTROLADORIA E CONTABILIDADE*, 12., 2012, São Paulo. **Anais...** São Paulo: USP.
- BEUREN, I. M. *et al.* **Como elaborar trabalhos monográficos em contabilidade: teoria e prática**. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2008.
- BOLSA DE VALORES, MERCADORIAS E FUTUROS DE SÃO PAULO BM&FBovespa. **Boletim Diário de Informações**. Disponível em: <http://www.bmfbovespa.com.br/download/BOLETINSDIARIOS/bdi_00_20120504.pdf>. Acesso em: 05 maio 2012.
- BOSCOV, Camila. P. **O enfoque gerencial na divulgação de informações contábeis por segmento**. 2009. 199 f. Dissertação (Mestrado em Controladoria e Contabilidade) – Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.
- BRASIL. **Lei 11.638 de 28 de dezembro de 2007**. Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/_ato2007-2010/2007/lei/l11638.htm>. Acesso em: 01 jun. 2012.
- COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS. **Ofício-Circular CVM/SNC/SEP 01/2007, de 14 de fevereiro de 2007**. Disponível em: <http://www.cvm.gov.br/port/atos/oficios/OFICIO-CIRCULAR-CVM-SNC-SEP-01_2007.asp>. Acesso em: 01 jun. 2012.
- COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS. **Deliberação 582, de 31 de julho de 2009**. Disponível em: <http://www.cvm.gov.br/port/atos/oficios/OFICIO-CIRCULAR-CVM-SNC-SEP-01_2007.asp>. Acesso em: 01 jun. 2012.
- COMITÊ DE PRONUNCIAMENTOS CONTÁBEIS. **Pronunciamento Técnico CPC 22**, de 26 de Junho de 2009. Informações por Segmentos. Disponível em: <<http://www.cpc.org.br/pdf/CPC%2022.pdf>>. Acesso em: 05 maio 2012.
- CRUZ, A. P. C. da.; MACHADO, E. A.; PEREIRA, A. F.; CARVALHO, L. N. Empresas brasileiras do novo mercado e suas práticas de evidenciação voluntária de informações por segmento. *In: CONGRESSO ANPCONT*, 5., 2011, Vitória. **Anais...** São Paulo: ANPCONT.
- DYE, Ronald A. An evaluation of “essays on disclosure” and the disclosure literature in accounting. **Journal of Accounting and Economics**, n. 32, p. 181-135, 2001.
- GAMBLE, G.; SIMMS, J. The role of activity-base costing in the development of segmented financial statements: an examination. **Journal of Business & Economics Research**, v. 8, n.2, p. 79-87 2010.
- GUJARATI, D. N.; PORTER, D. C. **Econometria básica**. 5. ed. Porto Alegre: AMGH, 2011
- HENDRIKSEN, E. S.; VAN BREDÁ, M. F. **Teoria da Contabilidade**. São Paulo: Atlas, 1999.
- HERMANN, D.; THOMAS, W. Segment reporting in the European Union: analyzing the effects of country, size, industry, and exchange listing. **Journal of International Accounting, Auditing, and Taxation**, v. 5, n. 1, p 1–20, 1996.

IUDICIBUS, S. **Manual de contabilidade societária**: aplicável a todas as sociedades: de acordo com as normas internacionais e do CPC. São Paulo: Atlas, 2010.

MAGALHÃES, R. L. R.; PINHEIRO, L. E. T.; LAMOUNIER, W. M. Fatores que favorecem a compreensão da extensão da divulgação sobre Partes Relacionadas: estudo nas companhias listadas no novo mercado da BM&FBovespa. In: CONGRESSO NACIONAL DE ADMINISTRAÇÃO E CIÊNCIAS CONTÁBEIS – AdCont, 2., 2011, Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro. Faculdade de Administração e Ciências Contábeis – UFRJ.

MAPURUNGA, P. V. R.; PONTE, V. M. R.; COELHO, A. C. D.; MENESES, A. F. Determinantes do nível de disclosure de instrumentos financeiros derivativos em firmas brasileiras. **Revista Contabilidade & Finanças**, São Paulo, v. 22, n. 57, p. 263-278, set./ dez. 2011.

MARTINS, G. A.; THEÓPHILO, C. R. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

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

NICHOLS, N. B.; STREET, D. L. The relationship between competition and business segment reporting decisions under the Management approach of IAS 14 Revised. **Journal of International Accounting, Auditing and Taxation**, v. 16, p 51–68, 2007.

PEREIRA, D. M. V. G.; LOPES, J. E. G.; PEDERNEIRAS, M. M. M.; SANTOS, R. Um estudo sobre a relação entre o lucro contábil e o *disclosure* das companhias abertas do setor de materiais básicos: evidências empíricas no mercado brasileiro de capitais. In: ENCONTRO DA ASSOCIAÇÃO NACIONAL DOS PROGRAMAS DE PÓS GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS, 2., 2008, Salvador. **Anais...** São Paulo: Anpcont, 2008. CD-ROM.

PRICEWATERHOUSECOOPERS LLP. **Understanding new IFRSs for 2009**: a guide to IAS 1 (revised), IAS 27 (revised), IFRS 3 (revised) and IFRS 8. Global ed. Kingston-upon-Thames, Surrey England: CCH, 2008.

SALOTTI, B. M.; YAMAMOTO, M. M. Ensaio Sobre a Teoria da Divulgação. **BBR Brazilian Business Review**, v. 2, n. 1, enero-junio, 2005, pp. 53-70.

SCHVIRCK, E.; GASPARETTO, V. Divulgação Voluntária de Informações por Segmento e Governança Corporativa antes da Vigência do CPC 22. In: ENCONTRO DA ANPAD, 35., 2011. Rio de Janeiro. **Anais...** Rio de Janeiro: ANPAD.

STREET, D. L.; NICHOLS, N. B.; GRAY, S. J. Segment disclosures under SFAS n. 131: has business segment reporting improved? **Accounting Horizons**, v. 14, n. 3, p. 259-285, 2000.

TALHA, M. SALIM, A. S. A. 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.

VANCONCELOS, M. G.; SUZSTER, N. Informações contábeis por segmento de negócio. **Revista de Contabilidade do Mestrado em Ciências Contábeis da UERJ**, v.8, n.2, p.71-88, 2003.

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