

**UniRV - UNIVERSIDADE DE RIO VERDE
FACULDADE DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**INFORMAÇÃO POR SEGMENTO: UM ESTUDO DAS DIVULGAÇÕES DE
EMPRESAS BRASILEIRAS DE CAPITAL ABERTO**

ANGÉLICA FERREIRA COUTO

Orientadora: Prof^ª. Ma. ELIENE APARECIDA DE MORAES

**Trabalho de Conclusão de Curso II
apresentado à UniRV - Universidade de Rio
Verde, como parte das exigências para
obtenção do título de Bacharel em Ciências
Contábeis.**

RIO VERDE – GOIÁS

2015

**UniRV - UNIVERSIDADE DE RIO VERDE
FACULDADE DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**INFORMAÇÃO POR SEGMENTO: UM ESTUDO DAS DIVULGAÇÕES DE
EMPRESAS BRASILEIRAS DE CAPITAL ABERTO**

ANGÉLICA FERREIRA COUTO

Orientadora: Prof^ª. Ma. ELIENE APARECIDA DE MORAES

**Trabalho de Conclusão de Curso II
apresentado à UniRV - Universidade de Rio
Verde, como parte das exigências para
obtenção do título de Bacharel em Ciências
Contábeis.**

RIO VERDE – GOIÁS

2015

Couto, Angélica Ferreira.

Informação por segmento: um estudo das divulgações de empresas brasileiras de capital aberto / Angélica Ferreira Couto.
- Rio Verde.- 2015.

47p.: il

Trabalho de Conclusão de Curso II (Bacharel em Ciências Contábeis) - UniRV - Universidade de Rio Verde, 2015.

Orientadora: Prof^a. Ma. Eliene Aparecida de Moraes

1. Informação por segmento. 2. Empresas. 3. Divulgação.

I. Título.



UniRV – UNIVERSIDADE DE RIO VERDE
FACULDADE DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS

TERMO DE APROVAÇÃO DA MONOGRAFIA OU ARTIGO

**UniRV – UNIVERSIDADE DE RIO VERDE
FACULDADE DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

TERMO DE APROVAÇÃO

Informação por segmento: um estudo das divulgações de empresas brasileiras de capital aberto

Trabalho de Conclusão de Curso apresentado pelo acadêmico Angélica Ferreira Couto como requisito parcial para a obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis, aprovado em 11 de junho de 2015 pela banca examinadora constituída por:

Prof. Ma. Eliene Aparecida de Moraes

Prof. Allan Proto de Freitas

Prof. Esp. Rafael Crisóstomo Alves

DEDICATÓRIA

A minha mãe Hélia Darc Ferreira Couto, que sempre se manteve ao meu lado, apoiando-me nos momentos de dificuldades, fraqueza e frustrações, e que não mediu esforços para que eu concluísse esta etapa na minha vida.

AGRADECIMENTOS

Agradeço a Deus por ter me dado forças por vencer cada obstáculo e ter chegado ao final desta jornada. Aos meus pais Hélia e João Daniel, por todo apoio e incentivo que me deram durante os momentos de fraquezas e dificuldades. Ao meu irmão por ter me ajudado na hora em que mais precisei. Aos professores, pelos conhecimentos que comigo compartilharam, a minha Orientadora Eliene Aparecida de Moraes, por ter me apoiado e pelos ensinamentos necessários para a conclusão deste trabalho. A vocês toda minha gratidão e respeito

RESUMO

COUTO, Angélica Ferreira. **Informação por segmento: um estudo das divulgações de empresas brasileiras de capital aberto**. 2015. 47p. Trabalho de Conclusão de Curso II (Graduação em Ciências Contábeis) – UniRV - Universidade de Rio Verde, Rio Verde, 2015*.

Nos últimos anos, tem aumentado a necessidade de maior transparência das demonstrações contábeis, com isso houve harmonização das normas brasileiras às normas internacionais de contabilidade. Com a aprovação do Pronunciamento Técnico - CPC 22 em 2009, surgiram as informações por segmento, que possuem o objetivo de facilitar o entendimento dos usuários das demonstrações contábeis as informações necessárias acerca das atividades em que a companhia opera. O objetivo desta pesquisa é demonstrar o índice de evidenciação das informações por segmento de acordo com o CPC 22. O presente trabalho consiste em uma pesquisa bibliográfica e documental, que foi realizada através de diferentes fontes de pesquisas, tais como: livros, sites, artigos. A presente pesquisa resultou da análise das notas explicativas de 52 empresas brasileiras de capital aberto que divulgam suas demonstrações contábeis no site da BM&FBOVESPA. De acordo com os resultados encontrados, 19 empresas divulgaram pelo menos um item de informação por segmento, 22 empresas não divulgaram nenhum tipo informação por segmento, 11 divulgaram que possuíam apenas um ou dois segmentos divulgáveis e que não havia necessidade de informação adicional.

PALAVRAS-CHAVE

Informação por segmento, empresas, divulgação.

* Banca Examinadora: Prof^ª. Ma. Eliene Aparecida de Moraes - UniRV - Universidade de Rio Verde (Orientadora); Prof. Allan Proto de Freitas - UniRV - Universidade de Rio Verde; Prof. Rafael Crisóstomo Alves – Uni RV - Universidade de Rio Verde.

ABSTRACT

COUTO, Angélica Ferreira. **Segment information: a study of the disclosures of Brazilian open capital companies**. 2015. 47p. Work Course Conclusion II (Degree in Accounting) - UniRV - University of Rio Verde, Rio Verde, 2015*.

In the recent years, the need for more transparency of financial statements has increased, so there was harmonization of Brazilian standards to the international accounting standards. With the approval of the Technical Pronouncement - CPC 22 in 2009, the segment information were created, aimed at making the understanding of the users of financial statements on the necessary information about the activities in which the company operates easier. The objective of this research is to demonstrate the disclosure index of segment information in accordance with CPC 22. This paper consists of a bibliographical and documentary research, carried out through different sources of research, such as books, websites and articles. This research resulted from the analysis of explanatory notes of 52 Brazilian open capital companies that disclosed their financial statements on the BM & FBOVESPA website. According to the results, 19 companies reported at least one item of segment information, 22 companies did not disclose any information by segment, 11 reported that they had only one or two reportable segments and that there was no need for further information.

KEYWORDS

Segment Information, companies, disclosure.

* Examining Board: Teacher Ma. Eliene Aparecida de Moraes - UniRV - University of Rio Verde (Adviser); Teacher Allan Proto de Freitas - UniRV - University of Rio Verde; Teacher Rafael Crisóstomo Alves – UniRV - University of Rio Verde.

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1	Empresas componentes da amostra.....	24
QUADRO 2	Métrica para avaliação do índice de divulgação de informações por segmento conforme requisitos do CPC 22	25
QUADRO 3	Índice de divulgação de informações por segmentos dos anos 2010 a 2013 por quesito da amostra composta por 52 empresas	28
QUADRO 4	Índice de divulgação de informações por segmentos dos anos 2010 a 2013 por quesito da amostra composta por 19 empresas	32
QUADRO 5	Percentuais para classificação da qualidade dos índices médios apurados através de quartis para a amostra com 52 empresas	33
QUADRO 6	Classificação da qualidade dos índices médios com amostra de 52 empresas	34
QUADRO 7	Percentuais para classificação da qualidade dos índices médios apurados através de quartis para a amostra com 19 empresas	34
QUADRO 8	Classificação da qualidade dos índices médios com amostra de 19 empresas	35
QUADRO 9	Ranking das 10 empresas que evidenciaram maiores quantidades de informação por segmento	36
QUADRO 10	Ranking das 10 empresas que evidenciaram menores quantidades de informação por segmento	36
QUADRO 11	Lista das 19 empresas que evidenciaram informação por segmento	37

LISTA DE ABREVIATURAS E SIGLAS

BM&F - Bolsa de Valores, Mercadorias e Futuros.

BOVESPA - Bolsa de Valores de São Paulo

IBrX - Índice Brasil

CPC - Comitê de Pronunciamentos Contábeis

CVM - Comissão de Valores Mobiliários

EUA - Estados Unidos da América

FASB - Financial Accounting Standards Boards (Comissão de Padrões de Contabilidade Financeira)

IAS - *International Accounting Standards* (Normas Internacionais de Contabilidade)

IASB - *International Accounting Standards Board* (Conselho de Normas Internacionais de Contabilidade)

IFRS - *International Financial Reporting Standards* (Incorporação das normas internacionais de contabilidade)

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO.....	10
1.1 Problema de pesquisa	11
1.2 Objetivos.....	11
1.2.1 Objetivo geral	11
1.2.2 Objetivos específicos.....	12
1.3 Delimitação do tema.....	12
1.4 Justificativa.....	12
2 REFERENCIAL TEÓRICO.....	15
2.1 Informação por segmento	15
2.2 Aspectos societários e gerenciais das informações por segmento.....	15
2.2.1 Segmento operacional.....	17
2.2.2 Segmento divulgável	18
2.2.3 Divulgação e mensuração	19
2.2.4 Evidenciação relativa ao conjunto da entidade.....	21
3 PROCEDER METODOLÓGICO	22
3.1 Classificação da pesquisa	22
3.2 Definição de amostra e período de estudo.....	23
3.3 Instrumento de coleta de dados	25
4 RESULTADOS DA PESQUISA	27
4.1 Análise dos resultados	27
4.1.1 Análise dos resultados com amostra de 52 empresas	27
4.1.2 Análise dos resultados com amostra de 19 empresas	31
4.1.3 Classificação dos resultados quanto à qualidade da divulgação.....	33
4.1.4 Ranking de divulgação das empresas	35
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS	38
REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS	39
APÊNDICES	43

1 INTRODUÇÃO

A necessidade de maior transparência nas demonstrações contábeis foi um tema bastante discutido em todas as regiões do mundo, com os escândalos contábeis que surgiram em relação a grandes companhias nos Estados Unidos da América (EUA) a partir da década de 2000, o assunto foi o principal tema do memorando que foi assinado em 2002 pelo *Financial Accounting Standards Boards (FASB)*¹ e pelo *International Accounting Standards Boards (IASB)*² a favor de criar normas contábeis com a mais alta qualidade, tendo em vista as normas internacionais e norte-americanas que viessem a conciliar as demonstrações financeiras com as novas necessidades (MORALES, 2011).

Neste contexto, Morales (2011) ressalta que a nova atualidade inclui maior transparência na apresentação da realidade econômica das empresas em uma linguagem universal, adequação normativa das demonstrações contábeis, redução dos custos de capital, e maior atratividade dos investimentos diante das crises de confiabilidade do mercado.

Aillón *et al.* (2013) afirmam que pela concepção do IASB, o método de utilizar relatórios gerenciais é adequado para análise e estudo dos demonstrativos financeiros, pois, dessa forma, os usuários das informações contábeis têm mais facilidade para entender os riscos e oportunidades a que a empresa está sujeita.

Egwarth (2012) cita que devido ao processo de harmonização das normas contábeis que ocorre no mundo veio a obrigatoriedade da divulgação das informações por segmento, onde trata-se o CPC 22, que está correlacionado à IFRS 8, Norma Internacional de Contabilidade.

Para Schvirck *et al.* (2014), no Brasil, a adoção e convergência das normas internacionais (IFRS) ocorreu aos poucos, sendo que as informações por segmento passaram a ser obrigatórias a partir da deliberação CVM 582/09 que instituiu o CPC 22 para as sociedades anônimas.

¹ FASB - *Financial Accounting Standards Boards* - Criada em 1973. É uma organização designada no setor privado para o estabelecimento de padrões de contabilidade financeira que regem a elaboração dos relatórios financeiros por entidades não-governamentais (*FINANCIAL ACCOUNTING STANDARDS BOARD*, s.d.).

² IASB - *International Accounting Standards Board* - Órgão responsável pelo estudo, preparo e emissão das normas internacionais de contabilidade, criado em 1973, atualmente com sede em Londres, Inglaterra (BRASIL, 2014).

Para Boscov (2009), as demonstrações financeiras que são elaboradas através dos relatórios por segmento, também, passaram a divulgar informações gerenciais aos usuários, ou seja, com aplicação dessa norma, os usuários externos compreenderão a melhor forma com que a administração toma suas decisões em relação à entidade.

Com isso, Schvirck (2014) ressalta que as informações por segmento agregam valores às demonstrações que são publicadas pelas companhias de capital aberto, as quais estão associadas às informações que os agentes externos não têm acesso normalmente.

Iudícibus *et al.* (2010) retratam que pelo ponto de vista dos usuários (investidores, credores, clientes e outros), a divulgação das informações por segmento é relevante, pois os usuários têm acesso às mesmas situações que são vivenciadas pelo tomador de decisão, podendo decidir como investir com mais clareza em determinada empresa.

De acordo com Vasconcelos e Szuster (2003), as informações por segmento é uma forma de gerar melhorias na qualidade da evidenciação das demonstrações contábeis.

1.1 Problema de pesquisa

O Pronunciamentos Contábil CPC 22, item 1 parte do princípio 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”.

Neste contexto, as empresas estão divulgando as informações por segmento de acordo com o CPC 22?

1.2 Objetivos

1.2.1 Objetivo geral

Para Lakatos e Marconi (2007), o objetivo geral está ligado ao ponto de partida da pesquisa, tendo em vista uma visão abrangente do tema. Assim, o objetivo geral desta pesquisa é demonstrar o índice de evidenciação das informações por segmento segundo o CPC 22.

1.2.2 Objetivos específicos

Segundo Lakatos e Marconi (2007, p. 106), os objetivos específicos “têm função intermediária e instrumental, permitindo, de um lado, atingir o objetivo geral e, de outro, aplicar este a situações particulares”.

Para esta pesquisa, foram estabelecidos os seguintes objetivos específicos:

- Explicar o que são informações por segmento;
- Descrever os requisitos mínimos obrigatórios de divulgação de informações por segmento de acordo com o CPC 22;
- Identificar uma métrica para análise do índice de divulgação de informações por segmento;
- Verificar a evolução do índice de divulgação de informações por segmento.

1.3 Delimitação do tema

Esta pesquisa delimita-se ao estudo das demonstrações contábeis/financeiras das empresas brasileiras de capital aberto listadas na BM&FBOVESPA.

1.4 Justificativa

Silva e Pinheiro (2012) destacam que a Comissão de Valores Mobiliários (CVM) tornou a aplicação do CPC 22 obrigatória para as companhias de capital aberto com exercícios encerrados a partir de 31 de dezembro de 2010, através da deliberação 582/2009.

De acordo com a CVM (2007), as informações por segmento visam fornecer aos usuários das demonstrações contábeis, informações do setor no qual a companhia opera.

Vasconcelos e Szuster (2003) declaram que a apresentação de informações por segmento tem gerado melhora na qualidade das demonstrações contábeis da entidade; diante disso, os usuários das informações contábeis passam a ter consciência sobre as operações da empresa, tendo conhecimento sobre os riscos, a lucratividade e as oportunidades. Com isso, os usuários, também, podem avaliar o desempenho não em relação a uma empresa, mas, também, compará-lo a outras.

Ainda, de acordo com Vasconcelos e Szuster (2003), a informação por segmento passou a ser de grande importância na análise econômico-financeira das empresas nacionais e

internacionais melhorando sua evidenciação, onde, no ponto de vista dos usuários externos, aumenta o nível de transparência da entidade e, do ponto de vista gerencial, ajuda nas tomadas de decisões.

Antunes *et al.* (2012) ressaltam que essas mudanças, ou seja, introdução de outras normas, como foi o caso do CPC 22, buscam aperfeiçoar as informações contábeis, sempre tendo foco na utilidade dessas informações aos usuários das demonstrações contábeis.

Vasconcelos e Szuster (2003) apontam que apesar de as empresas nacionais apresentarem as informações por segmento, ainda não existe uma padronização para evidenciar essas informações, ou sobre as informações mínimas que devem ser evidenciadas.

Conforme Boscov (2009), quanto maior o nível de evidenciação das informações por segmento, melhor será para os usuários sobre a estimativa sobre fluxos de caixas futuros, e melhor será a tomada de decisão.

As divulgações de informações por segmento são úteis por melhorar a qualidade das informações do desempenho da empresa e, em consequência, os fluxos de caixa e, com isso, permitir a redução dos custos de capital, pois tal divulgação pode ser importante para incentivar a formação de novas empresas ou até expandir as existentes, surgindo empregos e receitas (BOSCOV, 2009).

Com isso, a CVM (2007) incentiva as divulgações das informações por segmento pelas companhias de capital aberto, especialmente, as que publicam demonstrações consolidadas.

Após pesquisa na literatura nacional, não foram encontradas muitas pesquisas sobre o tema. Dentre algumas das pesquisas acessadas, destaca-se a de Aillón *et al.* (2013), que verificaram o índice de divulgação de 48 empresas integrantes da IBRX-50 no ano de 2010 acerca de informações por segmento, onde 40% dessas empresas não divulgaram as informações por segmento apresentando um baixo *disclosure* dessas informações.

Apresenta-se também a pesquisa de Schvirck (2014), que verificou o índice de divulgação de informações por segmento das 510 empresas que haviam listadas na bolsa de valores nos anos entre 2010 e 2012, e concluiu que o índice de divulgação do período estudado foi baixo, apenas 43% das empresas fizeram a publicação das informações por segmento.

O tema informação por segmento é recente e não há muitas pesquisas acerca do assunto, com isso, o presente trabalho servirá para ajudar em futuras pesquisas e agregar informações a respeito do tema. Dessa forma, acredita-se que essa pesquisa, também,

contribuirá, tanto para os usuários, quanto para evidenciar se o que está no CPC 22 está sendo aplicado pelas companhias de capital aberto.

Destaca-se que tais informações são de caráter obrigatório segundo o CPC 22, aprovado pela Deliberação CVM 582/2009, e, assim, esta pesquisa poderá contribuir no sentido de orientar os órgãos reguladores responsáveis pela fiscalização e qualidade da informação disponibilizada aos usuários a obterem um *feedback* sobre a quantidade de informação que as empresas estão divulgando acerca do tema.

O diferencial proposto para esta pesquisa está no fato de que foram analisados quatro anos (2010, 2011, 2012 e 2013) com intuito de apurar os índices de divulgação e, ainda, compará-los no sentido de analisar a sua evolução desde a emissão do CPC 22. E, também, observar quais foram as empresas que apresentaram os maiores índices de divulgação, bem como, aquelas que apresentaram o menor índice de divulgação.

A pesquisa poderá contribuir, também, para a academia e para acadêmicos do curso de ciências contábeis como fonte de conhecimento e histórico de dados a serem utilizados em outras pesquisas.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

O referencial teórico desta pesquisa está estruturado de maneira a facilitar o entendimento em relação às informações por segmento, onde foram segregados em informações por segmento e aspectos societários das informações por segmento.

2.1 Informação por segmento

A definição de informação por segmento não é algo simples, uma vez que seu significado é tratado por especialistas de forma pulverizada. Com isso, tratar-se-á sua definição, primeiramente, por partes.

O dicionário da Academia Brasileira de Letras (2008, p. 716-1.166) define informação como “orientação, ato ou efeito de informar-se, de emitir ou receber mensagens, comunicação ou notícia divulgada pelos meios de comunicação”; e segmento como “cada parte de alguma coisa dividida”.

Garrison, Noreen e Brewer (2007) destacam que a definição de um segmento é tratada como uma parte ou atividade da organização, onde os administradores passam a ter os dados de receita, custo ou lucro.

A partir das informações segregadas, pode-se compreender a abrangência do significado de informação por segmento, em resumo, pode ser lida como uma análise comparativa entre empresas, de partes de atividades das organizações que atuam no mesmo ramo (SCHVIRCK; GASPARETTO, 2011).

2.2 Aspectos societários e gerenciais das informações por segmento

Com o processo de globalização acelerado, o surgimento de novas operações financeiras, crescimento de mercado de capitais, e as recentes crises financeiras fizeram com que uma nova realidade econômica surgisse e, com esses fatos, as empresas foram obrigadas a aumentar o nível de transparência de suas demonstrações contábeis (AILLÓN *et al.*, 2013).

De acordo com a CVM (2007), em 30 de novembro de 2006, foi publicado pelo IASB o IFRS 8 - *Operating Segments* que trata sobre informações por segmento a nível internacional, sucedendo o Pronunciamento IAS 14, sendo que essa publicação aponta que o conceito da visão gerencial ditada pelas normas determina a elaboração das informações por segmento de acordo com as mesmas bases internas utilizadas pelos tomadores de decisão na avaliação de desempenho e alocação de recursos.

Assim, em 2009, o Comitê de Pronunciamentos Contábeis emitiu o CPC 22 - Informações por segmento – em consonância com as Normas Internacionais de Contabilidade - IFRS 8, o qual foi aprovado pelo Conselho Federal de Contabilidade (CFC) através da Resolução nº 1.176/09 (NBC TG 22 – Informações por Segmento) de 4 de agosto de 2009 e pela CVM através da Deliberação CVM nº 582, de 31 de julho de 2009.

O CPC 22 tornou-se obrigatório para todas as empresas que tenham capital aberto ou que estejam listadas na bolsa de valores a partir do normativo emitido pela CVM (Deliberação CVM nº 582/09) e, com isso, elas devem divulgar esses relatórios por segmento atendendo aos requisitos do Pronunciamento.

Baseado no IFRS 8 que adota o ponto de vista gerencial requerido pelas normas do FASB (SFAS 131) onde determinou a evidenciação das informações por segmento com o intuito de avaliar alocação de recursos e avaliação de desempenho, o CPC 22, também, compartilha de tal ótica. Para a CVM (2007), o IASB acredita que com a aplicação desta ótica gerencial melhorará a qualidade das informações por segmento proporcionadas pela empresa.

De acordo com Pricewaterhousecoopers (2008) citados por Silva e Pinheiro (2012), houve algumas razões para o IASB ter aderido o *management approach*: para gerar credibilidade nas informações divulgadas aos usuários, e as informações que são reportadas internamente à administração, com isso, o usuário passaria a enxergar “por meio dos olhos da administração”, as informações por segmentos apresentam mais veracidade com as informações que são reportadas nos tópicos financeiros e, para produzir informação por segmento, os custos são menores que no formato anterior, pois estas informações são as mesmas que a administração gera internamente.

Para Silva e Pinheiro (2012), a divulgação das informações por segmento na qual é baseada em uma abordagem gerencial, é de grande importância para o mercado de capitais e para o mercado financeiro, pois permite aos investidores tomarem decisões com base em informações mais detalhadas sobre como os negócios estão sendo administrados.

Neste contexto para Schvirck (2014), a gestão descentralizada apresenta à administração da empresa uma visão mais aprofundada das operações, pois, com isso, poderá

conhecer determinada região de atuação, ou então, os custos e resultados para certo tipo de produto e, através destas informações, ele poderá criar estratégias específicas para um melhor desempenho dos segmentos. Neste contexto, a qualidade da informação por segmento é importante para que as decisões sejam tomadas diante de um cenário onde possa gerar um melhor resultado para a empresa (SCHVIRCK, 2014).

De acordo com Souza (2013), as empresas visam melhorar o nível de divulgação das demonstrações contábeis e, com isso, os órgãos normativos aumentam as exigências das mesmas por meio de normas específicas que conduzem o que deve e como devem ser divulgadas para os usuários externos.

Para a CVM (2007), as informações por segmento pretendem fornecer aos usuários das demonstrações contábeis as informações necessárias acerca das atividades em que a companhia opera, permitindo uma análise com uma visão mais prospectiva quanto aos riscos, oportunidades e lucratividade da empresa. Ainda de acordo com a CVM (2007), a informação por segmento possibilita aos usuários a oportunidade de identificar o desempenho de cada área da empresa.

As informações desagregadas para os usuários podem fornecer auxílio para as decisões relacionadas com investimentos, pois isso faz com que eles conheçam as partes das empresas e não somente o todo como está demonstrado nas informações financeiras tradicionais (EGEWARTH, 2012).

A seguir serão tratados aspectos relacionados ao segmento operacional e segmento divulgável, divulgação e mensuração e evidenciação relativa ao conjunto da entidade.

2.2.1 Segmento operacional

De acordo com o CPC 22 (Item 5), segmento operacional é definido 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 (CPC, 2009, p. 3).

Conforme preceitua o CPC 22, um segmento operacional pode se desenvolver de atividades de negócios das quais as receitas ainda serão obtidas.

Para Schvirck e Gasparetto (2011), segmento operacional pode ser uma região geográfica onde a companhia atua como também a departamentalização de setores que são produtivos, pois essas duas situações atendem à definição contida no CPC 22.

Já de acordo com Boscov (2009), segmento operacional é um componente de uma empresa que trabalha em atividades financeiras de onde se obtêm receitas e incorre em despesas, onde os resultados operacionais são revisados pelos gestores para poderem decidir sobre os recursos que serão alocados aos segmentos e avaliar seu desempenho.

Para Souza (2013), segmento operacional possui uma forma ampla de como ele pode ser entendido, ou seja, pode ser como cada item que compõe as operações das empresas.

2.2.2 Segmento divulgável

De acordo com Costa (2011), a divulgação da informação por segmento possui grande importância, pois gera melhoria na transparência dos negócios da empresa e, também, evidencia como esses negócios estão sendo gerenciados pela administração.

Para Egewarth (2012), a divulgação das informações contábeis serve como guia para as análises da situação financeira e econômica das empresas, ou seja, a tomada de decisão pode se tornar mais acertada quando o grau de divulgação das informações forem maiores.

Com isso, Schvirck (2014) ressalta que para caracterizar o segmento, primeiramente, deve-se relacioná-lo à responsabilidade que é atribuída ao principal tomador de decisões quanto à gestão dos segmentos. Com isso, o CPC 22 (Item 12), requer que para se definir um segmento que será divulgado, devem-se considerar alguns quesitos que serão tratados abaixo, e dispõe, ainda, que os segmentos operacionais, na maioria das vezes, apresentam desempenho financeiro de longo prazo semelhante, se possuir as características econômicas parecidas e, por isso, podem ser agregados em um único segmento operacional desde que compatíveis com os princípios básicos e forem parecidos a cada um dos seguintes aspectos:

- a) natureza dos produtos e serviços;
- b) natureza dos processos de produção;
- c) tipo ou categorias de clientes dos seus produtos ou serviços;
- d) métodos usados para distribuir os seus produtos ou prestar os serviços; e
- e) se aplicável, a natureza do ambiente regulatório, por exemplo, bancos, seguros ou serviços de utilidade pública.

Outro ponto importante para se definir um segmento que deverá ser divulgado são os parâmetros mínimos quantitativos. O CPC 22 (2009) retrata que a entidade deve divulgar separadamente as informações a respeito do segmento operacional desde que atenda aos seguintes parâmetros mínimos quantitativos:

- a) sua receita total do segmento representa 10% ou mais da receita combinada de todos os segmentos operacionais;
- b) a soma do lucro ou prejuízo em termos absolutos deverá ser igual ou superior a 10% dos segmentos totais que apresentem lucros ou do prejuízo total dos segmentos que apresentarem prejuízos, dos dois o maior, e
- c) os ativos por segmento terão que ser iguais ou superiores a 10% todos os ativos segmentados somados.

Segundo o CPC 22, quando os segmentos atingem os critérios citados acima podem ser considerados segmentos divulgáveis e podem ser evidenciados de maneira que possa ser útil aos usuários das demonstrações contábeis (CPC, 2009).

O CPC 22 (2009) traz ainda que pelo menos 75% das receitas da entidade devem estar incluídos nos segmentos que são divulgáveis, mesmo que tenha que divulgar segmentos operacionais adicionais mesmo que não satisfaçam os critérios.

2.2.3 Divulgação e mensuração

De acordo com o CPC 22 (2009), a entidade deverá divulgar informações gerais por segmento sobre mensuração, como segue:

- a) os fatores que são utilizados para identificar os segmentos que são divulgáveis, incluindo a base da organização (por exemplo, áreas geográficas, combinações dos fatores, se a administração organizou a entidade em torno das diferenças entre serviços e produtos); e
- b) os produtos e serviços dos quais cada segmento gerou suas receitas;

De acordo com o CPC 22 (2009), a entidade deverá divulgar separadamente informações sobre lucro, ativos de cada segmento operacional e receitas desde que de acordo com os parâmetros quantitativos.

Segundo as informações do CPC 22 (2009), a entidade deverá divulgar o ativo total, o valor do lucro ou prejuízo de cada segmento e, também, o valor do passivo para cada segmento que for apresentado ao gestor das operações.

A entidade deverá divulgar sobre cada segmento se os montantes estiverem inclusos no valor do lucro ou prejuízo dos segmentos (CPC 22, 2009):

- a) receitas resultantes de clientes externos;
- b) receitas que forem provenientes de transações com outros segmentos operacionais;
- c) receitas e despesas financeiras;
- d) depreciações e amortizações;
- e) itens que são materiais em relação às despesas e receitas; participação da entidade nos lucros ou prejuízos das coligadas e de empreendimento em conjunto (joint ventures) contabilizados pelo método de equivalência patrimonial; e
- f) despesa ou receita com contribuição social e imposto de renda e itens não-caixa que são materiais, exceto depreciação e amortização.

A entidade deverá divulgar, também, as receitas e despesas financeiras separadamente, salvo se a maioria dessas receitas forem resultantes de juros e o gestor se basear nas receitas financeiras líquidas para avaliar o desempenho e tomar decisões sobre os recursos que serão alocados aos segmentos (CPC 22, 2009).

Para Boscov (2009), a norma não deixa clara a definição sobre o que é despesa do segmento, receita do segmento, lucro do segmento, e ativo e passivo do segmento.

De acordo com o CPC 22 (2009), mensuração são as movimentações patrimoniais da entidade como os ajustes, as eliminações que são efetuadas na elaboração das demonstrações contábeis, despesas e ganhos, receitas que deverão ser incluídos no valor dos lucros ou prejuízo que corresponde a cada segmento, onde o valor reportado de cada segmento deve ser passado para o gestor das operações para auxiliar nas tomadas de decisão.

Boscov (2009) ressalta que a norma causa polêmica em relação à mensuração, ao requerer o uso de uma métrica que é adota pelo gestor das operações para a tomada de decisão para alocar recursos e avaliar o desempenho dos segmentos, o que torna a mensuração subjetiva.

De acordo com o CPC 22 (2009), a entidade deverá evidenciar as conciliações por segmento dos elementos incluindo: a) o total das receitas dos segmentos divulgáveis com as receitas da entidade; b) o total dos valores de lucro ou prejuízo dos segmentos divulgáveis com o lucro ou o prejuízo da entidade antes das despesas (receitas) de imposto de renda e contribuição social e das operações descontinuadas; c) o total dos ativos dos segmentos divulgáveis com os ativos da entidade; d) o total dos passivos dos segmentos divulgáveis com os passivos da entidade; e) o total dos montantes de quaisquer outros itens materiais das

informações evidenciadas dos segmentos divulgáveis com os correspondentes montantes da entidade.

Os itens de conciliação deverão, segundo o pronunciamento, ser descritos e evidenciados separadamente.

Na reapresentação de informação previamente divulgada, para o CPC 22 (2009), se houver alteração na estrutura interna da entidade de modo que altere a composição dos segmentos ou se não for reapresentada, as informações de períodos anteriores, períodos intermediários deverão ser reapresentados, salvo se o custo de sua elaboração for excessivo e se as informações não estiverem disponíveis.

2.2.4 Evidenciação relativa ao conjunto da entidade

Para o CPC 22 (2009), tratando-se de produtos e serviços, cada um deverá divulgar as receitas que são provenientes de clientes externos. Com isso, o pronunciamento elucida que a entidade deverá divulgar o grau de dependência de seus principais clientes, se as receitas das transações representam um único cliente e se ele representar 10% ou mais da receita total da entidade o fato deve ser divulgado. O CPC 22 (2009) ressalva que a entidade não será obrigada a divulgar a identidade do cliente e nem a receita proveniente do mesmo.

O CPC 22 (2009) contempla que a entidade deve evidenciar as seguintes informações geográficas: a) receitas provenientes de clientes externos atribuídas ao país-sede da entidade e todos países estrangeiros e; b) ativo não circulante, exceto imposto de renda, instrumentos financeiros, contribuição social diferidos ativos, direito que vieram de contratos de seguros, benefícios de pós-emprego.

Os valores divulgados devem ser baseados nas informações utilizadas para elaborar as demonstrações contábeis da entidade, pois além das informações que são exigidas, a entidade pode divulgar informações geográficas sobre grupos de países (CPC 22, 2009).

Para Morales (2011), existem casos especiais em relação à evidenciação dos segmentos que estão previstos no Pronunciamento, pois pode-se esperar que várias entidades não apresentem suas atividades de negócios estruturadas em função das diferentes áreas geográficas das operações e, também, em relação aos produtos e serviços relacionados.

3 PROCEDER METODOLÓGICO

Para Oliveira Netto (2008), metodologia é onde o pesquisador tem conhecimento e extensão à área que se pretende abordar, com uma qualificação científica que surge da atuação profissional, nesse sentido, pode-se dimensionar a extensão de grau da profundidade com que se pretende abordar o tema.

Para Lakatos e Marconi (2007), metodologia é um método que o pesquisador utiliza para desenvolver uma pesquisa composta por um conjunto de atividades que faz com que o pesquisador alcance um objetivo, traçando o caminho a ser seguido e auxiliando para evitar erros para que, com isso, chegue-se ao conhecimento válido e verdadeiro.

Neste capítulo, foram abordados a classificação da pesquisa, definição de amostra e período de estudo, instrumento de coleta e análise de dados.

3.1 Classificação da pesquisa

Segundo Lakatos e Marconi (2007), os métodos de procedimento são compostos por etapas que são mais concretas da investigação, que são restritas para uma melhor explicação geral dos fenômenos menos abstratos.

Quanto aos procedimentos, esta pesquisa utilizou métodos documentais e bibliográficos, documental por fazer o uso das demonstrações contábeis para análise e fundamento da pesquisa e bibliográficos por utilizar artigos, livros contendo teorias já existentes sobre o assunto (LAKATOS; MARCONI, 2007).

O método de abordagem foi dedutivo, que segundo Oliveira Netto (2008), método dedutivo tem início nos fatos particulares para conclusões genéricas, com uma ideia inicial de um raciocínio para chegar a uma conclusão particular.

Uma pesquisa pode ser exploratória, explicativa ou descritiva, esse estudo se classificou como exploratória, pois, conforme Oliveira Netto (2008), a exploratória estabelece critérios, métodos e técnicas para a formação da pesquisa, oferece informações sobre o objeto e orienta na formulação de hipóteses.

Em relação à técnica de coleta de dados, essa pesquisa utilizou a técnica indireta, pois, para Lakatos e Marconi (2007), a documentação indireta é onde os dados podem ser colhidos pela pesquisa documental e bibliográfica.

A pesquisa foi de cunho qualitativo e quantitativo, uma vez que a qualitativa, segundo Moresi (2003) considera que tudo pode ser quantificado, o que significa traduzir em números opiniões e informações para classificá-las e analisá-las, requer o uso de recurso e técnicas estatísticas (porcentagem, média, moda mediana, desvio padrão e outros). E, a pesquisa qualitativa, ainda de acordo com Moresi (2003), considera que há uma relação dinâmica entre o mundo real e o sujeito, isto é um vínculo indissociável entre o mundo objetivo e a subjetividade do sujeito que não pode ser traduzido em números.

3.2 Definição de amostra e período de estudo

A amostra é composta por 10% do total das empresas brasileiras de capital aberto, caracterizando-se como uma amostra não-probabilista intencional. Para Lakatos e Marconi (2007), a amostra não-probabilista não utiliza uma forma aleatória de seleção e não se pode ser o objeto de certos tipos de tratamento estatístico. Ainda, na concepção das autoras, amostra é quando não abrange a totalidade dos componentes do universo, onde se investiga apenas uma parte dessa população, onde se escolhe uma parte onde ela seja representativa e a partir dos resultados obtidos em relação a essa parte, podem-se inferir os resultados da população total.

No dia 22 de outubro de 2014, foi acessado o sítio da BM&FBOVESPA onde havia uma população de 522 empresas listadas, onde o critério utilizado para o sorteio foi escrever o nome de cada empresa em um pedaço de papel, em seguida, juntá-los em um recipiente e de forma aleatória retirá-los.

As empresas sorteadas e que fizeram parte da amostra estão apresentadas no quadro

1.

QUADRO 1 - Empresas componentes da amostra.

Ordem	Nome da Empresa	Setor de atuação
1	BATTISTELLA ADM PARTICIPACOES S.A	Financeiro e Outros
2	ENERGISA S.A.	Utilidade pública
3	AZEVEDO E TRAVASSOS S.A.	Construção e transporte
4	BTG PACTUAL SECURITIZADORA S.A.	Financeiros e outros
5	NUMERAL 80 PARTICIPAÇÕES S.A.	Construção e transporte
6	BRASMOTOR S.A.	Consumo cíclico
7	HYPERMARCAS S.A.	Consumo não cíclico
8	MANABI S.A.	Materiais básicos
9	LIGHT S.A.	Utilidade pública
10	JSL S.A.	Construção e transporte
11	CIA CELG DE PARTICIPAÇÕES - CELGPAR	Utilidade pública
12	GAFISA S.A.	Construção e transporte
13	EMAE - EMPRESA METROP. AGUAS ENERGIA S.A.	Utilidade pública
14	IGB ELETRÔNICA S/A	Consumo cíclico
15	BETA SECURITIZADORA S.A.	Financeiro e outros
16	ITAPEBI GERAÇÃO DE ENERGIA S.A.	Utilidade pública
17	NORDON INDUSTRIAS METALÚRGICAS S.A.	Bens industriais
18	EMPRESA ENERG MATO GROS.SUL S.A.-ENERSUL	Utilidade pública
19	BARIGUI SECURITIZADORA S.A.	Financeiro e outros
20	BRADESCO LEASING S.A. ARREND MERCANTIL	Financeiro e outros
21	BAHEMA S.A.	Financeiro e outros
22	FIBAM COMPANHIA INDUSTRIAL	Materiais básicos
23	OURO VERDE LOCAÇÃO E SERVIÇO S. A.	Não classificado
24	PATRIA CIA SECURITIZADORA DE CRED IMOB	Financeiros e outros
25	FRAS-LE S.A	Bens industriais
26	MANGELS INDUSTRIAL S.A.	Materiais básicos
27	ALPARGATAS S.A.	Consumo cíclico
28	TOTVS S.A.	Tecnologia da
29	VIVER INCORPORADORA E CONSTRUTORA S.A.	Construção e transporte
30	BRPR 55 SECURITIZADORA CRED IMOB S.A.	Financeiro e outros
31	MUNDIAL S.A. - PRODUTOS DE CONSUMO	Consumo cíclico
32	ALEF S.A.	Financeiros e outros
33	AES SUL DISTRIB GAUCHA DE ENERGIA S.A.	Utilidade pública
34	IDEIASNET S.A.	Tecnologia da
35	GAEC EDUCAÇÃO S.A.	Consumo cíclico
36	FERREIRA GOMES ENERGIA S.A.	Não classificado
37	BHG S.A. - BRAZIL HOSPITALITY GROUP	Consumo cíclico
38	FIAÇÃO TEC SÃO JOSÉ S.A.	Consumo cíclico
39	ALL ORE MINERAÇÃO S.A.	Financeiro e outros
40	AREZZO INDÚSTRIA E COMÉRCIO S.A.	Consumo cíclico
41	WETZEL S.A.	Bens industriais
42	PDG COMPANHIA SECURITIZADORA	Financeiro e outros
43	BCO MERCANTIL DE INVESTIMENTOS S.A.	Financeiro e outros
44	BIOSEV S.A.	Consumo não cíclico
45	TIM PARTICIPACOES S.A.	Telecomunicações
46	FORJAS TAURUS S.A.	Bens industriais
47	RODOBENS NEGÓCIOS IMOBILIÁRIOS S.A.	Construção e transporte
48	IGUATEMI EMPRESA DE SHOPPING CENTERS S.A.	Financeiros e outros
49	MENDES JR ENGENHARIA	Construção e transporte
50	MAGNESITA REFRAATÓRIOS	Materiais básicos
51	TERMINAIS PORTUÁRIOS PONTA DO FELIX S.A.	Não classificados
52	BANDEIRANTE ENERGIA S.A.	Utilidade pública

Fonte: Adaptada de BM&FBOVESPA (2015)

O período de estudo foi de 2010 a 2013, pois a partir de 2010 que se tornou vigente o CPC 22.

3.3 Instrumento de coleta de dados

Para coleta de dados e análise de dados, foi desenvolvido um instrumento que possibilitará tais tarefas. O instrumento de coleta de dados foi desenvolvido observando os requisitos mínimos de divulgação obrigatória contidos no CPC 22 (2009), conforme apresentado no Quadro 2.

QUADRO 2 – Métrica para avaliação do índice de divulgação de informações por segmento conforme requisitos do CPC 22.

Ordem	Requisitos de acordo com o CPC 22 – Informações por Segmento
1	A empresa divulga o lucro ou prejuízo por segmento?
2	A empresa divulga as receitas e despesas específicas que compõem o lucro ou prejuízo por segmento?
3	Divulgou despesas financeiras?
4	Divulgou custos por segmento?
5	Divulgou as receitas por segmento?
6	Divulgou as despesas por segmento?
7	Apresentou conciliação entre as informações por segmento e o balanço patrimonial?
8	Identificou os fatores utilizados para identificar os segmentos divulgáveis incluindo a base da organização?
9	Divulgou os tipos de produtos e serviços do qual cada segmento obteve as receitas?
10	Divulgou o lucro ou prejuízo do ativo total de cada segmento divulgável?
11	A companhia citou o grau de dependência de seus principais clientes?
12	Divulgou despesa ou receita com imposto de renda e contribuição social?
13	A entidade divulgou as receitas provenientes de clientes externos?
14	A entidade divulgou o montante em coligadas e empreendimentos conjuntos (<i>joint ventures</i>) de acordo com o método da equivalência patrimonial?
15	Divulgou receitas financeiras?
16	Divulgou receitas e transações com outros segmentos operacionais da mesma entidade?

Fonte: Elaborado pela autora (2014).

A coleta de dados foi feita através de análise de conteúdo, o qual dará suporte à pesquisa quantitativa que servirá de informação para a análise. Segundo Bardin (1977, p. 21), essas informações estão pautadas na “frequência com que surgem certas características do conteúdo”.

Para Fonseca Junior (2009), a análise de conteúdo avalia com segurança os requisitos de sistematicidade e confiabilidade, e é imprescindível para a realização de um trabalho que

almeja partir de informações coerentes com a leitura de textos, posteriormente fazer deduções a seu respeito.

Bardin (1977, p. 18) aponta a análise de conteúdo como “uma técnica que oferece uma avaliação e uma análise que terão a virtude da objetividade e revelarão também os aspectos do material que poderiam ter escapado ao exame minucioso do clínico”.

Para análise de divulgação, foi utilizado sistema binário ou variável dicotômica, a qual atribui o valor 1 para cada resposta positiva e valor 0 para cada resposta negativa correspondente aos quesitos formulados no instrumento de coleta de dados.

Após a tabulação dos dados, a partir do sistema binário, foram apuradas médias ou porcentagens para atribuição de um índice que será o foco da análise. Também, foi feita a categorização do índice apurado utilizando o método de quartis, classificando o índice em “ruim”, “regular”, “bom” e “ótimo”.

Segundo Silva (2009), os quartis (Q) se dividem em série de partes iguais, neste caso, 4 (quatro) partes iguais. Segundo o mesmo autor, o primeiro quartil (Q1) é o valor situado de tal modo que 25% ($P = 0,25$) dos dados são menores que ele; o segundo quartil (Q2) é o valor situado de tal modo que 50% ($P = 0,50$) dos dados são menores que ele; o terceiro quartil (Q3) é o valor situado de tal modo que 75% ($P = 0,75$) dos dados são menores que ele; e o quarto quartil é o valor acima do limite do terceiro quartil até o limite do quarto quartil.

4 RESULTADOS DA PESQUISA

Neste capítulo foram tratados os resultados da pesquisa e as análises pertinentes.

4.1 Análise dos resultados

Foram analisadas as notas explicativas das 52 empresas componentes da amostra apresentadas no quadro 1, para verificar se as empresas estão divulgando os quesitos mínimos obrigatórios compostos na métrica para avaliação do índice de divulgação das informações por segmento conforme as exigências do CPC 22.

A análise dos resultados foi dividida em três etapas. A primeira etapa analisou os quesitos componentes do instrumento de coleta de dados das 52 empresas contidas na amostra. A segunda etapa analisou os quesitos componentes do instrumento de coleta de dados apenas das empresas que divulgaram pelo menos um item. E a terceira etapa classifica os índices apurados nas etapas anteriores em “ruim”, “regular”, “bom” e “ótimo”, apurados de acordo com quartis.

4.1.1 Análise dos resultados com amostra de 52 empresas

No quadro 3, foi apresentada a média dos quatros anos das 52 empresas confrontadas com os quesitos da métrica.

QUADRO 3 – Índice de divulgação de informações por segmentos dos anos 2010 a 2013 por quesito da amostra composta por 52 empresas.

Quesitos	Anos				Média
	2010	2011	2012	2013	
1	27%	25%	27%	27%	26%
2	15%	12%	17%	17%	15%
3	15%	12%	15%	15%	14%
4	17%	12%	15%	19%	16%
5	27%	23%	27%	27%	26%
6	12%	8%	10%	10%	10%
7	4%	6%	6%	4%	5%
8	8%	6%	17%	13%	11%
9	27%	27%	29%	31%	29%
10	23%	23%	21%	15%	21%
11	12%	10%	12%	13%	12%
12	10%	10%	17%	21%	15%
13	10%	12%	17%	8%	12%
14	0	0	0	2%	1%
15	12%	10%	15%	13%	13%
16	10%	12%	15%	10%	12%

Fonte: Elaborado pela autora (2015).

O primeiro quesito analisado verificou se as empresas divulgaram o lucro ou prejuízo por segmento, através das análises, foi observado que no ano de 2010, 14 empresas (27%) divulgaram a informação. Em 2012, houve uma queda da divulgação desse item passando para 13 empresas (25%) e, nos anos de 2012 e 2013, manteve-se em 14 empresas (27%) que divulgaram a informação sobre o lucro ou prejuízo por segmento.

O segundo quesito apresentado na métrica verificou se a empresa divulgou as receitas e despesas específicas que compõem o lucro ou prejuízo por segmento. Diante dos dados coletados na média dos anos de 2010 a 2013, apenas 15% divulgaram a informação. Sendo que no de 2010, 8 empresas (15%) divulgaram a informação, em 2011, apenas 6 empresas (12%) divulgaram as informações sobre as receitas e despesas específicas que compõem o lucro ou prejuízo, e nos anos de 2012 e 2013, 9 empresas (17%) apresentaram as informações não havendo uma evolução significativa nessa divulgação.

Para o terceiro quesito que retratou se as empresas divulgam as despesas financeiras por segmento, as empresas, também, não apresentaram um índice relevante de divulgação sendo que no ano de 2010, 8 empresas (15%) divulgaram a informação, já no ano de 2011, houve uma queda da divulgação da informação sobre as despesas financeiras passando a 6 empresas (12%), em 2012 e 2013, não houve uma grande evolução na divulgação voltando

para os mesmos resultados encontrados no primeiro ano sendo de 8 empresas (15%). Para Boscov (2009), a empresa só divulgará essa informação se esses valores forem incluídos na avaliação do resultado do segmento revisada pelo principal tomador de decisão.

O quesito quarto tratou sobre a divulgação dos custos por segmento, 9 empresas (17%) divulgaram a informação no ano de 2010, no ano de 2011 esse índice de divulgação reduziu para 6 empresas (12%), em 2012, houve um acréscimo na divulgação passando para 8 empresas (15%) e, em 2013, esse índice teve novamente um acréscimo e foi para 10 empresas (19%).

O quinto quesito destacou se as empresas divulgaram as receitas por segmento, em 2010, 14 empresas (27%) divulgaram essa informação, em 2011, esse índice reduziu indo para 12 empresas (23%), em 2012 e 2013, houve um acréscimo e se manteve em 14 empresas (27%). Em um estudo feito por Schvirck e Gasparetto (2011), onde eles analisaram 49 empresas, das quais somente 18 evidenciaram algum tipo de informação por segmento, dessas empresas apenas 14 empresas divulgaram a informação sobre receita por segmento.

O sexto quesito verificou se as empresas divulgam as despesas por segmento, 6 empresas (12%) divulgaram a informação no ano de 2010, em 2011, esse índice teve uma queda passando para 4 empresas (8%) que divulgaram a informação, em 2012 e em 2013, esse índice se manteve em 5 das empresas (10%) que divulgaram as despesas por segmento, ou seja, elas apresentaram apenas as despesas por segmento não detalhando as suas despesas como houve no segundo quesito analisado.

O sétimo quesito retrata se as empresas apresentaram conciliação entre as informações por segmento e o balanço patrimonial, em geral as empresas apresentaram um baixo índice de divulgação onde, nos anos de 2010 a 2013, as empresas divulgaram apenas um índice de 5%, sendo que em 2010, 2 empresas (4%) divulgaram tais informações, em 2011, 3 empresas (6%) e, em 2012, 3 empresas (6%) e, em 2013, 2 empresas (4%).

Para Boscov (2009), a empresa deverá demonstrar as transações por segmento e, também, explicar quais foram as políticas utilizadas para mensurar tais transações inclusive as relacionadas a preço de transferência e alocação de custos e despesas. Conforme oitavo quesito, que destaca se identificou os fatores utilizados para identificar os segmentos divulgáveis incluindo a base da organização, em 2010, 4 empresas (8%) divulgaram esse item; em 2011, 3 empresas (6%) divulgaram tais informações, em 2012 houve um aumento para 9 empresas (17%), e em 2013, 7 empresas (13%) havendo uma queda na divulgação no último ano apresentado.

O nono quesito verificou se a empresa divulgou os tipos de produtos e serviços do qual cada segmento obteve suas receitas, em 2010 e em 2011, 14 empresas (27%) divulgaram a informação, em 2012 e em 2013, foi para 15 empresas (29%) e 16 empresas (31%), respectivamente. Em um estudo feito por Egewarth (2012) analisando o período de 2010 e 2011 foram constatados que nas empresas estudadas a maioria das empresas segregou informações por produto ou serviço, pois as informações mais detalhadas são úteis para os investidores.

Schvirck *et al.* (2014) ressaltam que estudos realizados após a vigência do CPC 22 há maior aplicação de empresas que definem os seus segmentos a partir de negócios ou linha de produtos, seguindo as companhias internacionais que já publicam as informações por segmento há mais tempo.

O quesito dez verificou se a empresa divulgou o lucro ou prejuízo do ativo total de cada segmento divulgável, em 2010 e em 2011, 12 empresas (23%) divulgaram a informação, em 2012, 11 empresas (21%) e em 2013, 8 empresas (15%) divulgaram a informação sobre o lucro ou prejuízo do ativo total. A falta de divulgação deste índice impacta na decisão do usuário, pois não tem como ele saber qual o segmento que está dando lucro para a empresa, com isso, fica difícil tomar a decisão se investir ou não em determinada empresa.

O quesito 11 verificou se a companhia citou o grau de dependência de seus principais clientes, em 2010, 6 empresas (12%) divulgaram, em 2011, 5 empresas (10%) apresentaram a informação, em 2012 e 2013, 6 empresas (12%) e 7 empresas (13%), respectivamente, evidenciaram o item, sendo que das empresas analisadas e que divulgaram essa informação, 6 empresas detalharam em suas notas explicativas que não havia concentração de vendas e que nenhum desses clientes seria responsável individualmente por mais de 10% da receita líquida total.

O quesito 12 verificou se as empresas divulgaram a despesa ou receita com imposto de renda e contribuição social por segmento, em 2010 e em 2011, 5 empresas (10%) divulgaram a informação, em 2012, esse item passou a ser mais divulgado, ou seja, 9 empresas (17%) apresentaram o item e, em 2013, 11 empresas (21%) divulgaram tal informação.

Já o quesito 13 verificou se as empresas divulgaram receitas provenientes de clientes externos, em 2010, 5 empresas (10%) divulgaram a informação, em 2011, 6 empresas (12%), em 2012, esse apresentou uma melhora na divulgação passando para 9 empresas (17%) e, em 2013, a divulgação deste item voltou a cair passando para 4 empresas (8%) que apresentaram as receitas provenientes de clientes externos.

O quesito 14 verificou se a entidade divulgou o montante em coligadas e empreendimentos em conjuntos (joint ventures) de acordo com o método de equivalência patrimonial, esse item foi o menos divulgado, sendo que apenas, em 2013, e apenas 1 empresa (2%) divulgou essa informação.

O quesito 15 retratou se a empresa divulgou receitas financeiras, em 2010, 6 empresas (12%) divulgaram o item, em 2011, 5 empresas (10%) apresentaram tal informação, em 2012, houve um aumento de empresas que divulgaram a informação, passando para 8 empresas (15%) e, em 2013, houve uma queda para 7 empresas (13%) que divulgaram as receitas financeiras.

O quesito 16 que destacou se as empresas divulgaram receitas e transações com outros segmentos operacionais da mesma entidade, no ano de 2010, apenas 5 empresas (10%) divulgaram a informação, em 2011, 6 empresas (12%) apresentaram essa informação, no ano de 2012, 8 empresas (15%) evidenciaram o item e, em 2013, 5 empresas (10%) divulgaram sobre as receitas e transações com outros segmentos operacionais da mesma entidade, apresentando uma queda no índice de divulgação com relação aos anos de 2011 e 2012.

De modo geral, pode-se perceber que as empresas não estão apresentando um alto índice de divulgação, das informações por segmento de acordo com os quesitos exigidos pelo CPC 22. A média do índice de divulgação por ano não ultrapassou 50%, o que significa que as empresas não divulgaram nem metade dos quesitos analisados nesta pesquisa. Na média geral dos índices dos anos e empresas por quesito, observa-se que tais percentuais não ultrapassaram 30%.

Nota-se que mesmo essas informações sendo consideradas de caráter obrigatório, não sendo divulgadas, ou quando o são, apenas alguns itens são evidenciados.

4.1.2 Análise dos resultados com amostra de 19 empresas

Nesta seção, foram apresentados os resultados, após a retirada da amostra das empresas que não divulgaram nenhum quesito componente do instrumento de coleta de dados proposto nesta pesquisa. Foram consideradas nesta análise 19 empresas, já que 33 empresas foram excluídas da amostra neste caso, conforme apêndice A.

Das 33 empresas excluídas, 22 empresas não apresentaram nenhum tipo de informação por segmento, conforme o apêndice B, e 11 divulgaram em notas explicativas que possuíam apenas um ou dois segmentos divulgáveis e que não havia a necessidade de divulgação adicional, conforme apresentado no apêndice C.

QUADRO 4 – Índice de divulgação de informações por segmentos dos anos 2010 a 2013 por quesito da amostra composta por 19 empresas.

Quesitos	Anos				Média
	2010	2011	2012	2013	
1	74%	68%	74%	74%	73%
2	42%	32%	42%	42%	40%
3	42%	32%	42%	42%	40%
4	47%	32%	42%	53%	44%
5	74%	63%	68%	68%	68%
6	32%	21%	21%	26%	25%
7	11%	16%	16%	16%	15%
8	21%	16%	47%	32%	29%
9	74%	74%	79%	84%	78%
10	63%	63%	58%	42%	57%
11	32%	26%	32%	32%	31%
12	26%	26%	42%	53%	37%
13	26%	32%	47%	26%	33%
14	0	0	0%	5%	1%
15	32%	26%	37%	32%	32%
16	26%	32%	42%	11%	28%

Fonte: Elaborado pela autora (2015).

A análise dos resultados retirando-se da amostra de 52 empresas, aquelas que não divulgaram nenhum item, ou divulgaram em notas explicativas que não houve necessidade de divulgação adicional justifica-se pelo fato de que os índices (percentuais) foram apurados através de média, e como a quantidade de empresas que não divulgaram foi considerável, pois ultrapassou 50% da amostra total, o impacto nas médias dos anos e médias totais por quesitos e por empresas também foi considerável. Assim, pode-se traçar um comparativo dos resultados observando médias mais realísticas, sem interferência de índices de 0%.

Pode-se perceber que as empresas não estão apresentando um bom índice de divulgação, em cada ano as 19 empresas deveriam divulgar um total de 304 itens e ao analisar as notas explicativas apenas 118 itens foram divulgados em 2010.

Já os itens que falam das despesas por segmento apenas 32% divulgaram esse item, e o item que retrata se a entidade divulgou o montante em coligadas e empreendimentos em conjunto de acordo com o método de equivalência patrimonial não houve nenhuma divulgação em 2010, 2011 e 2012.

Nos anos de 2011, 2012 e 2013, foram praticamente os mesmos resultados encontrados não havendo muita diferença na divulgação. Pode-se perceber que geralmente as empresas que divulgam os itens no primeiro ano continuam sendo divulgados nos próximos.

Ao comparar esses resultados com os resultados do Quadro 3 que traz os índices das 52 empresas, pode-se perceber que os itens que foram mais divulgados foram o item 1, que retrata se a empresa divulga o lucro ou prejuízo do segmento, o item 5 que destaca se a empresa divulgou as receitas por segmento, o item 9 se divulgou os tipos de produtos ou serviços do qual cada segmento obteve suas receitas, e o item 10 que retrata se divulgou o lucro ou prejuízo do ativo total de cada segmento divulgável, esses resultados foram os únicos que ultrapassaram o índice de 50% de divulgação, ao retirar da amostra as 33 empresas que não divulgaram as informações por segmento pode notar que os item 1, 5, 9, e 10 apresentaram um índice relevante de divulgação nos resultados, pois as empresas que não divulgaram nenhuma informação estavam desvalorizando as empresas que divulgaram as informações por segmento.

Já em relação aos itens 6, 7 e 14, que verificam a divulgação das despesas por segmento, conciliação entre as informações por segmento e o balanço patrimonial, e se a entidade divulgou o montante em coligadas e empreendimentos conjuntos de acordo com o método de equivalência patrimonial continuaram sendo os menos divulgados nos dois resultados encontrados.

4.1.3 Classificação dos resultados quanto à qualidade da divulgação

Para a classificação dos resultados quanto à qualidade das médias dos índices foi utilizada a divisão por quartis apresentada no Quadro 5.

QUADRO 5 – Percentuais para classificação da qualidade dos índices médios apurados através de quartis para a amostra com 52 empresas.

Classificação dos Quartis	
0 a 10%	ruim
10,01% a 13%	regular
13,01% a 21%	bom
21,01% a 100%	ótimo

Fonte: Elaborado pela autora (2015).

Nesta etapa, foi apresentada a classificação da qualidade dos índices médios apurados, sendo apresentada, primeiramente, a classificação da qualidade dos índices por quartis da amostra com 52 empresas, conforme Quadro 6.

QUADRO 6 – Classificação da qualidade dos índices médios com amostra de 52 empresas.

Quesitos	2010		2011		2012		2013	
1	27%	ótimo	25%	ótimo	27%	ótimo	27%	ótimo
2	15%	bom	12%	regular	17%	bom	17%	bom
3	15%	bom	12%	regular	15%	bom	15%	bom
4	17%	bom	12%	regular	15%	bom	19%	bom
5	27%	ótimo	23%	ótimo	27%	ótimo	27%	ótimo
6	12%	regular	8%	ruim	10%	ruim	10%	ruim
7	4%	ruim	6%	ruim	6%	ruim	4%	ruim
8	8%	ruim	6%	ruim	17%	bom	13%	regular
9	27%	ótimo	27%	ótimo	29%	ótimo	31%	ótimo
10	23%	ótimo	23%	ótimo	21%	bom	15%	bom
11	12%	regular	10%	ruim	12%	regular	13%	regular
12	10%	ruim	10%	ruim	17%	bom	21%	bom
13	10%	ruim	12%	regular	17%	bom	8%	ruim
14	0	ruim	0	ruim	0	ruim	2%	ruim
15	12%	regular	10%	ruim	15%	bom	13%	regular
16	10%	ruim	12%	regular	15%	bom	10%	ruim

Fonte: Elaborado pela autora (2015).

Para esta análise, o ideal seria ter 64 índices médios classificados como “ótimo”, porém apenas 14 índices médios deste total apresentaram tal classificação, enquanto 17 índices médios foram classificados como “bom”, 12 índices médios foram classificados como “regular” e 21 índices médios foram classificados como “ruim”. De modo geral, pode-se perceber que a qualidade dos índices médios apurados está entre regular e ruim.

Após a análise da qualidade dos índices médios da amostra contendo 52 empresas, passou-se a analisar a qualidade dos índices médios da amostra contendo 19 empresas. A classificação da qualidade dos índices médios apurados de acordo com os quartis foram apresentados no Quadro 7.

QUADRO 7 - Percentuais para classificação da qualidade dos índices médios apurados através de quartis para a amostra com 19 empresas.

Classificação dos Quartis	
0 a 26%	ruim
26,01% a 32%	regular
32,01% a 53%	bom
53,01% a 100%	ótimo

Fonte: Elaborado pela autora (2015).

A classificação da qualidade dos índices médios da amostra com 19 empresas foi apresentada no Quadro 8.

QUADRO 8 – Classificação da qualidade dos índices médios com amostra de 19 empresas.

Quesitos	2010		2011		2012		2013	
1	74%	ótimo	68%	ótimo	74%	ótimo	74%	ótimo
2	42%	bom	32%	regular	42%	bom	42%	bom
3	42%	bom	32%	regular	42%	bom	42%	bom
4	47%	bom	32%	regular	42%	bom	53%	bom
5	74%	ótimo	63%	ótimo	68%	ótimo	68%	ótimo
6	32%	regular	21%	ruim	21%	ruim	26%	ruim
7	11%	ruim	16%	ruim	16%	ruim	16%	ruim
8	21%	ruim	16%	ruim	47%	bom	32%	regular
9	74%	ótimo	74%	ótimo	79%	ótimo	84%	ótimo
10	63%	ótimo	63%	ótimo	58%	ótimo	42%	bom
11	32%	regular	26%	ruim	32%	regular	32%	regular
12	26%	ruim	26%	ruim	42%	bom	53%	bom
13	26%	ruim	32%	regular	47%	bom	26%	ruim
14	0	ruim	0	ruim	0%	ruim	5%	ruim
15	32%	regular	26%	ruim	37%	bom	32%	regular
16	26%	ruim	32%	regular	42%	bom	11%	ruim

Fonte: Elaborado pela autora (2015).

De acordo com os dados analisados, pode-se perceber que apenas 15 do total de 64 classificações obtiveram a qualidade dos índices médios classificados como “ótima”. De modo geral, comparando esta análise com a anterior que contém as 52 empresas, não houve um avanço e nem uma queda significativa na qualidade dos índices médios de divulgação, onde a única diferença foi no quesito 10, no ano de 2012, pois na amostra com 52 empresas, ele se apresentou bom, e com essa amostra de 19 empresas, ele passou para ótimo, e o restante apresentou os mesmos resultados.

4.1.4 Ranking de divulgação das empresas

Após a apuração dos índices médios de divulgação de informações por segmento, e classificação destes percentuais por sua qualidade, foram elaborados rankings das empresas que mais divulgaram informações por segmento e das empresas que menos divulgaram informações por segmento.

Primeiramente, serão apresentados os rankings de divulgação das empresas que divulgaram as informações por segmento de acordo da amostra composta por 52 empresas. Para a elaboração deste ranking, foram levantados a quantidade de itens divulgados por cada empresa no período entre 2010 e 2013. No Quadro 9, foram apresentadas as 10 empresas que mais divulgaram informações por segmento.

QUADRO 9 - Ranking das 10 empresas que evidenciaram maiores quantidades de informação por segmento.

Ranking	Empresas	Setor	Total dos 4 anos
1°	FORJAS TAURUS S.A.	Bens Industriais	51
2°	LIGHT S.A.	Utilidade pública	46
3°	BATTISTELLA ADM PARTICIPACOES S.A	Financeiros e outros	43
4°	WETZEL S.A.	Bens Industriais	36
5°	BHG S.A. - BRAZIL HOSPITALITY GROUP	Consumo Cíclico	33
6°	GAFISA S.A.	Construção e Transporte	32
7°	ENERGISA S.A.	Utilidade pública	29
8°	ALPARGATAS S.A.	Consumo Cíclico	29
9°	IDEIASNET S.A.	Tecnologia da Informação	27
10°	MANGELS INDUSTRIAL S.A.	Materiais básicos	21

Fonte: Adaptada de BM&FBOVESPA (2015)

Pode-se observar que dentre as empresas que divulgaram mais itens, o setor que apresentou maior pontuação foi o de bens industriais e, ainda, outra empresa deste setor classifica-se em quarto lugar neste ranking. Os setores de utilidade pública e consumo cíclico, também, apresentam duas empresas cada, neste ranking. Os demais setores apresentam apenas uma empresa.

No Quadro 10, estão apresentadas as empresas que evidenciaram menores quantidades de informação por segmento.

QUADRO 10 - Ranking das 10 empresas que evidenciaram menores quantidades de informação por segmento.

Ranking	Empresas	Setor	Total dos 4 anos
1°	OURO VERDE LOCAÇÃO E SERVIÇO S. A.	Não Classificado	9
2°	GAEC EDUCAÇÃO S.A.	Consumo Cíclico	11
3°	FRAS-LE S.A	Bens Industriais	12
4°	NUMERAL 80 PARTICIPAÇÕES S.A.	Construção e Transporte	12
5°	MUNDIAL S.A. - PRODUTOS DE CONSUMO	Consumo Cíclico	16
6°	BIOSEV S.A.	Consumo não Cíclico	18
7°	AREZZO INDÚSTRIA E COMÉRCIO S.A.	Consumo Cíclico	19
8°	MAGNESITA REFRAATÓRIOS	Materiais básicos	20
9°	HYPERMARCAS S.A.	Consumo não Cíclico	21
10°	MANGELS INDUSTRIAL S.A.	Materiais básicos	21

Fonte: Adaptada de BM&FBOVESPA (2015)

Ao observar as empresas que divulgaram menor quantidade de itens, o setor que apresentou menor pontuação foi o não classificado, o setor de consumo cíclico, também,

apresentou-se nesta lista com três empresas, o setor de materiais básicos e consumo não cíclico com duas empresas cada, e o setor de bens industriais e construção e transporte apresentaram uma empresa de cada.

No Quadro 11, foi apresentada a classificação de todas as empresas que divulgaram informações por segmento levando em consideração a amostra contendo apenas 19 empresas, e a quantidade de itens divulgados durante o período de quatro anos.

QUADRO 11 - Lista das 19 empresas que evidenciaram informação por segmento.

Ranking	Empresas	Setor	Total dos 4 anos
1°	FORJAS TAURUS S.A.	Bens Industriais	51
2°	LIGHT S.A.	Utilidade pública	46
3°	BATTISTELLA ADM PARTICIPACOES S.A	Financeiros e outros	43
4°	WETZEL S.A.	Bens Industriais	36
5°	BHG S.A. - BRAZIL HOSPITALITY GROUP	Consumo Cíclico	33
6°	GAFISA S.A.	Construção e Transporte	32
7°	ENERGISA S.A.	Utilidade pública	29
8°	ALPARGATAS S.A.	Consumo Cíclico	29
9°	IDEIASNET S.A.	Tecnologia da Informação	27
10°	MANGELS INDUSTRIAL S.A.	Materiais básicos	21
11°	HYPERMARCAS S.A.	Consumo não Cíclico	21
12°	MAGNESITA REFRACTORIOS	Materiais básicos	20
13°	AREZZO INDÚSTRIA E COMÉRCIO S.A.	Consumo Cíclico	19
14°	BIOSEV S.A.	Consumo não Cíclico	18
15°	MUNDIAL S.A. - PRODUTOS DE CONSUMO	Consumo Cíclico	16
16°	NUMERAL 80 PARTICIPAÇÕES S.A.	Construção e Transporte	12
17°	FRAS-LE S.A	Bens Industriais	12
18°	GAEC EDUCAÇÃO S.A.	Consumo Cíclico	11
19°	OURO VERDE LOCAÇÃO E SERVIÇO S.A.	Não Classificado	9

Fonte: Adaptada de BM&FBOVESPA (2015)

Nota-se que os setores que apresentaram uma maior divulgação de informações por segmento foi o de bens industriais, utilidade pública e financeiros e outros corroborando o resultado da análise feita com a amostra contendo 52 empresas.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa buscou analisar os índices de evidenciação das informações por segmento de acordo com as exigências do Pronunciamento Técnico, CPC 22 e CVM 582/09.

Para se chegar nos resultados, foram analisadas as notas explicativas de 52 empresas brasileiras de capital aberto no site da BM&FBOVESPA, referente aos anos de 2010, 2011, 2012 e 2013, sendo que foi a partir de 2010 que se tornou obrigatório divulgar as informações por segmento. Foi elaborada uma métrica com os quesitos de evidenciação de acordo com as exigências do CPC 22, para buscar as informações segmentadas das companhias.

Ao analisar o índice de divulgação anual dos 16 quesitos com a amostra das 52 empresas foram encontrados os seguintes resultados, em 2010 a média do índice foi de 14%, em 2011 foi de 13%, em 2012 foi de 16%, e em 2013 foi de 15%. Na amostra com as 19 empresas, 2010 apresentou-se com 39%, em 2011 com 35%, 2012 com 43%, e em 2013 com 40%.

De acordo com os resultados encontrados pode-se perceber que as empresas não estão apresentando um alto índice de divulgação de informações por segmento, com isso, as empresas estão ocultando informações que possam auxiliar aos usuários a terem as informações necessárias para a tomada de decisão.

Informação por segmento foi um tema difícil de ser pesquisado, pois não se têm muitas pesquisas a respeito do assunto. Devido a isso, sugere-se que mais pesquisas sejam realizadas. Inclusive que as próximas pesquisas incluam todas as empresas listadas na bolsa por um período de um ano, para que possa analisar quais os setores que estão evidenciando mais informações por segmento e, em consequência, os que menos divulgam tal informação.

REFERÊNCIAS BIBLIOGRÁFICAS

ACADEMIA BRASILEIRA DE LETRAS. **Dicionário Escolar da língua Portuguesa**. BECHARA, Evanildo (Org.). 2. ed. São Paulo: Companhia Editora Nacional, 2008.

AILLÓN, Humberto Silva; SILVA, Júlio Orestes da; PINZAN, Anderson Ferreira; WUERGES, Artur Filipe Ewald. 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. Disponível em: <<https://periodicos.ufsc.br/index.php/contabilidade/article/view/2175-8069.2013v10n19p33/24546>>. Acesso em: 04 set. 2014.

ANTUNES, Maria Thereza Pompa; GRECCO, Marta Cristina Pelucio, FORMIGONI, Henrique; MENDONÇA NETO, Octavio Ribeiro de. A adoção no Brasil das normas internacionais de contabilidade IFRS: o processo e seus impactos na qualidade da informação contábil. **Revista de Economia e Relações Internacionais**, São Paulo, v.10, n.20, p.5-19, jan. 2012. Disponível em: <http://www.fAAP.br/pdf/faculdades/economia/revistas/ciencias-economicas/revista_economia_20.pdf>. Acesso em: 13 set. 2014.

BARDIN, Laurence. **Análise de conteúdo**. Lisboa: Edições 70, 1977.

BM&FBOVESPA. Bolsa de Valores de São Paulo. **Mercado – Ações – Empresas – Empresas Listadas – Setor de Atuação**. São Paulo: BM&F BOVESPA, 2015. Disponível em: <<http://www.bmfbovespa.com.br/Cias-Listadas/Empresas-Listadas/BuscaEmpresaListada.aspx?idioma=pt-br>>. Acesso em: 06 fev. 2015.

BOSCOV, Camilla Pereira. **O enfoque gerencial na divulgação de informações por segmento**. 2009. 209f. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) - Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12136/tde-06052009-114957/pt-br.php>>. Acesso em: 21 out. 2014.

BRASIL. Secretaria da Receita Federal. **The International Accounting Standards Board - IASB (Comitê de Normas Internacionais de Contabilidade)**. Brasília: Receita Federal, 2014. Disponível em: <<http://www.receita.fazenda.gov.br/contabilidade/iasb.htm>>. Acesso em: 22 out. 2014.

COMISSÃO DE VALORES MOBILIÁRIOS (CVM). **Deliberação CVM nº 582, de 31 de julho de 2009**. Aprova o Pronunciamento Técnico CPC 22 do Comitê de Pronunciamentos Contábeis, que trata de informações por segmento. Brasília: CVM, 2009. Disponível em: <<http://www.cvm.gov.br/legislacao/anexos/deli/0500/deli582.pdf>>. Acesso em: 14 out. 2014.

_____. **Ofício-Circular CVM/SNC/SEP nº 01/2007, de 14 de fevereiro de 2007**. Rio de Janeiro: CVM, 2007. Disponível em: <<http://www.cvm.gov.br/legislacao/circ/snc-sep/anexos/oc-snc-sep-0107.pdf>>. Acesso em: 14 out. 2014.

COMITÊ DE PRONUNCIAMENTOS CONTÁBEIS (CPC 22). **Pronunciamento Técnico CPC 22**. Informações por segmento. Brasília: CPC, 2009. Disponível em: <http://static.cpc.mediagroup.com.br/Documentos/292_CPC%2022.pdf>. Acesso em: 08 set. 2014.

CONSELHO FEDERAL DE CONTABILIDADE (CFC). **Resolução CFC nº 1.176/09**. Aprova a NBC TG 22 – Informações por Segmento. Brasília: CFC, 2009. Disponível em: <http://www2.cfc.org.br/sisweb/sre/detalhes_sre.aspx?Codigo=2009/001176>. Acesso em: 08 set. 2014.

COSTA, Luciano Schneider. **Uma verificação da conformidade na divulgação de informações por segmento de acordo com o CPC 22**. 2011. 73p. Monografia (Bacharel em Ciências Contábeis) - Universidade Federal de Santa Catarina, UFSC, Florianópolis, 2011. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/121433/304525.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 05 maio 2015.

EGEWARTH, Fábio. **Níveis de governança corporativa e a divulgação de informações por segmento: estudo das empresas componentes do IBrX-50 da BM&FBOVESPA**. 2012. 43f. Monografia (Bacharel em Ciências Contábeis) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2012. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/bitstream/handle/123456789/115605/F%C3%81BIO%20EGEWARTH.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 23 set. 14.

FINANCIAL ACCOUNTING STANDARDS BOARD. Facts About FASB. [s.d.]. Disponível em: <<http://www.fasb.org/facts/>>. Acesso em: 22 out. 2014.

FONSECA JUNIOR, W. C. Análise de conteúdo. In: DUARTE, J.; BARROS, A. (Org.). **Métodos e técnicas de pesquisa em comunicação**. São Paulo: Atlas, 2009.

GARRISON, Ray H.; NOREEN, Eric W.; BREWER, Peter C. **Contabilidade gerencial**. 11. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2007.

IUDÍCIBUS, Sergio de; MARTINS, Eliseu; GELBCKE, Ernesto Rubens; SANTOS, Arioaldo dos. **Manual de contabilidade societária**: Aplicável a todas as Sociedades de acordo com as Normas Internacionais e do CPC. São Paulo: Atlas, 2010.

LAKATOS, Eva Maria; MARCONI, Marina de Andrade. **Metodologia do trabalho científico**. 7. ed. São Paulo: Atlas, 2007.

MORALES, Maicon Goulart. **Análise das premissas utilizadas na segmentação por atividades à luz do pronunciamento técnico CPC22**: informações por segmento. 2011. 24f. Trabalho de Conclusão de Curso (Bacharel em Ciências Contábeis) - Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2011. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/34873/000785067.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 04 out. 14.

MORESI, Eduardo (Org.) **Metodologia da pesquisa**. Universidade Católica de Brasília, UCB, Brasília, 2003. Disponível em: <[http://www.inf.ufes.br/~falbo/files/Metodologia Pesquisa-Moresi2003.pdf](http://www.inf.ufes.br/~falbo/files/Metodologia_Pesquisa-Moresi2003.pdf)>. Acesso em: 19 out. 2014.

OLIVEIRA NETTO, Alvim Antônio de. **Metodologia da pesquisa científica**: guia prático para apresentação de trabalhos acadêmicos. 3. ed. Florianópolis: Visual Books, 2008.

SCHVIRCK, Eliandro. **Relatórios por segmentos publicados pelas companhias de capital aberto no Brasil**: os efeitos da divulgação no desempenho das empresas. 2014. 227f. Tese (Doutor em Administração) - Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2014. Disponível em: <<https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/123356/326772.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 02 out. 2014.

SCHVIRCK, Eliandro; GASPARETTO, Valdirene. **Divulgação voluntária de informações por segmento e governança corporativa antes da vigência do CPC 22**. In: XXXV ENCONTRO DA ANPAD, 2011. **Anais...** Rio de Janeiro, RJ, 04 a 07 set. 2011. Disponível em: <<http://www.anpad.org.br/admin/pdf/CON2990.pdf>>. Acesso em: 17 set. 2014.

SCHVIRCK, Eliandro; LUNKES, Rogério João; GASPARETTO, Valdirene, BORBA, José Alonso. Convergência Internacional das normas contábeis e as alterações na estrutura do relatório por segmentos: da divulgação voluntária ao advento do CPC 221. **Revista Universo Contábil**, Blumenau, v.10, n.1, p. 67-83, jan./mar. 2014. Disponível em: <<http://www.spell.org.br/documentos/download/29018>>. Acesso em: 21 abr. 2015.

SILVA, André Luiz Carvalhal da. **Introdução à análise de dados**. Rio de Janeiro: E-papers, 2009. 158p. Disponível em: <<https://books.google.com.br/>>. Acesso em: 06 maio 2015.

SILVA, Flávia de Araújo; PINHEIRO, Laura Edith Taboada. 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. Disponível em: <<http://ojs.c3sl.ufpr.br/ojs/index.php/rcc/article/view/29897/19542>>. Acesso em: 09 out. 2014.

SOUZA, Júlia Alves e. **Informações sobre segmentos operacionais no Brasil: práticas e determinantes de divulgação**. 2013. 101f. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) - Universidade Federal do Espírito Santo, Vitória, 2013. Disponível em: <http://portais4.ufes.br/posgrad/teses/tese_6555_Disserta%E7%E3o%20-%20J%FAlia%20-%20PDF.pdf>. Acesso em: 15 set. 2014.

VASCONSELOS, Madson de Gusmão; SZUSTER, Natan. Informações contábeis por segmentos de negócios. **Revista de Contabilidade do Mestrado em Ciências Contábeis da UERJ**, v.8, n.2, p.71, 2003. Disponível em: <www.spell.org.br/documentos/download/27270>. Acesso em: 22 out. 2014.

APÊNDICES

LISTAS DE APÊNDICES

APÊNDICE A	Lista de empresas que não divulgaram informação por segmento	45
APÊNDICE B	Lista de empresas retiradas da amostra por não apresentarem nenhum item divulgado	46
APÊNDICE C	Lista de empresas que apresentaram em notas explicativas que possuem apenas um ou dois segmentos divulgáveis e que não havia necessidade de informação adicional	47

APÊNDICE A - Lista de empresas que não divulgaram informação por segmento.

EMPRESAS	Setores
AZEVEDO E TRAVASSOS S.A.	Construção e Transporte
BTG PACTUAL SECURITIZADORA S.A.	Financeiro e Outros
BRASMOTOR S.A.	Consumo Cíclico
MANABI S.A.	Materiais Básicos
JSL S.A.	Construção e Transporte
CIA CELG DE PARTICIPAÇÕES - CELGP	Utilidade Pública
EMAE - EMPRESA METROP. AGUAS ENERGIA S.A.	Utilidade Pública
IGB ELETRÔNICA S/A	Consumo Cíclico
BETA SECURITIZADORA S.A.	Financeiro e Outros
ITAPEBI GERAÇÃO DE ENERGIA S.A.	Utilidade Pública
NORDON INDUSTRIAS METALÚRGICAS S.A.	Bens Industriais
EMPRESA ENER MATO GROS.SUL S.A.- ENERSUL	Utilidade Pública
BARIGUI SECURITIZADORA S.A.	Financeiro e Outros
BRDESCO LEASING S.A. ARREND MERCANTIL	Financeiro e Outros
BAHEMA S.A.	Financeiro e Outros
FIBAM COMPANHIA INDUSTRIAL	Materiais Básicos
PATRIA CIA SECURITIZADORA DE CRED IMOB	Financeiro e Outros
TOTVS S.A.	Tecnologia da Informação
VIVER INCORPORADORA E CONSTRUTORA S.A.	Construção e Transporte
BRPR 55 SECURITIZADORA CRED IMOB S.A.	Financeiro e Outros
ALEF S.A.	Financeiro e Outros
AES SUL DISTRIB GAÚCHA DE ENERGIA S.A.	Utilidade Pública
FERREIRA GOMES ENERGIA S.A.	Não Classificados
FIAÇÃO TEC SÃO JOSÉ S.A.	Consumo Cíclico
ALL ORE MINERAÇÃO S.A.	Financeiro e Outros
PDG COMPANHIA SECURITIZADORA	Financeiro e Outros
BCO MERCANTIL DE INVESTIMENTOS S.A.	Financeiro e Outros
TIM PARTICIPACOES S.A.	Telecomunicações
RODOBENS NEGÓCIOS IMOBILIÁRIOS S.A.	Construção e Transporte
IGUATEMI EMPRESA DE SHOPPING CENTERS S.A.	Financeiro e Outros
MENDES JR ENGENHARIA	Construção e Transporte
TERMINAIS PORTUÁRIOS PONTA DO FELIX S.A.	Não Classificados
BANDEIRANTE ENERGIA S.A.	Utilidade Pública

Fonte: Adaptada de BM&FBOVESPA (2015)

APÊNDICE B - Lista de empresas retiradas da amostra por não apresentarem nenhum item divulgado.

Empresas	Setor
AZEVEDO E TRAVASSOS S.A.	Construção e Transporte
BTG PACTUAL SECURITIZADORA S.A.	Financeiro e Outros
BRASMOTOR S.A.	Consumo Cíclico
CIA CELG DE PARTICIPAÇÕES - CELGPAR	Utilidade Pública
IGB ELETRÔNICA S/A	Consumo Cíclico
BETA SECURITIZADORA S.A.	Financeiro e Outros
ITAPEBI GERAÇÃO DE ENERGIA S.A.	Utilidade Pública
NORDON INDUSTRIAS METALÚRGICAS S.A.	Bens Industriais
BARIGUI SECURITIZADORA S.A.	Financeiro e Outros
BRDESCO LEASING S.A. ARREND MERCANTIL	Financeiro e Outros
BAHEMA S.A.	Financeiro e Outros
FIBAM COMPANHIA INDUSTRIAL	Materiais Básicos
PATRIA CIA SECURITIZADORA DE CRED IMOB	Financeiro e Outros
BRPR 55 SECURITIZADORA CRED IMOB S.A.	Financeiro e Outros
ALEF S.A.	Financeiro e Outros
FERREIRA GOMES ENERGIA S.A.	Não Classificados
FIAÇÃO TEC SÃO JOSÉ S.A.	Consumo Cíclico
PDG COMPANHIA SECURITIZADORA	Financeiro e Outros
BCO MERCANTIL DE INVESTIMENTOS S.A.	Financeiro e Outros
MENDES JR ENGENHARIA	Construção e Transporte
TERMINAIS PORTUÁRIOS PONTA DO FELIX S.A.	Não Classificados
BANDEIRANTE ENERGIA S.A.	Utilidade Pública

Fonte: Adaptada de BM&FBOVESPA (2015)

APÊNDICE C - Lista de empresas que apresentaram em notas explicativas que possuem apenas um ou dois segmentos divulgáveis e que não havia necessidade de informação adicional.

Empresas	Setor
MANABI S.A.	Materiais Básicos
JSL S.A.	Construção e Transporte
EMAE - EMPRESA METROP. AGUAS ENERGIA S.A.	Utilidade Pública
EMPRESA ENERGIAS MATO GROSSAS S.A.-ENERSUL	Utilidade Pública
TOTVS S.A.	Tecnologia da Informação
VIVER INCORPORADORA E CONSTRUTORA S.A.	Construção e Transporte
AES SUL DISTRIBUIDORA GAÚCHA DE ENERGIA S.A.	Utilidade Pública
ALL ORE MINERAÇÃO S.A.	Financeiro e Outros
TIM PARTICIPAÇÕES S.A.	Telecomunicações
RODOBENS NEGÓCIOS IMOBILIÁRIOS S.A.	Construção e Transporte
IGUATEMI EMPRESA DE SHOPPING CENTERS S.A.	Financeiro e Outros

Fonte: Adaptada de BM&FBOVESPA (2015)