

**UNIVERSIDADE DE RIO VERDE (UniRV)
FACULDADE DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

MARCOS CERINO BARBOSA

**DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES CONTÁBEIS SOBRE A
MENSURAÇÃO DO VALOR JUSTO NAS EMPRESAS BRASILEIRAS
DE CAPITAL ABERTO**

**RIO VERDE, GOIÁS
2016**

MARCOS CERINO BARBOSA

**DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES CONTÁBEIS SOBRE A MENSURAÇÃO DO
VALOR JUSTO NAS EMPRESAS BRASILEIRAS DE CAPITAL ABERTO**

Trabalho de Conclusão de Curso II Apresentada à Banca Examinadora do Curso de Ciências Contábeis da Universidade de Rio Verde (UniRV) como exigência para obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis.

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

RIO VERDE, GO

2016

BARBOSA, Marcos Cerino.

Divulgação de informações contábeis sobre a mensuração do valor Justo nas empresas brasileiras de capital aberto/ Marcos Cerino Barbosa. - Rio Verde. – 2016.

51 f.

Trabalho de Conclusão de Curso II (graduação) apresentado à Universidade de Rio Verde - UniRV – Faculdade de Ciências Contábeis, 2016.

Orientadora: Ma. Eliene Aparecida de Moraes

1.CPC46. 2. Divulgação. 3. Empresas Brasileiras.

MARCOS CERINO BARBOSA

**DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES CONTÁBEIS SOBRE A
MENSURAÇÃO DO VALOR JUSTO NAS EMPRESAS
BRASILEIRAS DE CAPITAL ABERTO**

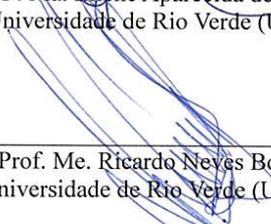
Trabalho de Conclusão de Curso II apresentado a Banca Examinadora do Curso de Ciências Contábeis da Universidade de Rio Verde (UniRV), como exigência parcial para obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis.

Rio Verde, GO, 22 de novembro de 2016

BANCA EXAMINADORA



Prof.ª Ma. Eliene Aparecida de Moraes
Universidade de Rio Verde (UniRV)



Prof. Me. Ricardo Neves Borges
Universidade de Rio Verde (UniRV)



Prof. Esp. Rafael Crisóstomo Alves
Universidade de Rio Verde (UniRV)

Dedico...

A meus pais Adarlo e Inez,

A minha esposa Pollyana,

A meus irmãos Bruno, Dayane, Daniela,
Luana, Luciana,

A meu filho Marcos Vinicius,

A meus amigos Hygor, Dany, Malú, Geraldo
Neto, Roberto, Karol, Jaqueline, Roifton e os
demais, os quais eu abri mão da companhia
para me dedicar aos estudos.

A todos que de forma direta ou indireta,
contribuíram para que eu conseguisse obter
êxito nessa caminhada, dedico esse trabalho
obra de todo o meu esforço, com muito
carinho...

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente, a Deus, por sempre ter me dado força em todos os momentos e, principalmente, nos mais difíceis, dando-me saúde, paciência, sabedoria, e muita força nessa caminhada.

Agradeço a minha família que mesmo estando distante sempre me deram força para que eu continuasse nessa caminhada.

Agradeço pelo carinho da minha esposa Pollyana, por estar sempre ao meu lado, pelo incentivo, compreensão e força nessa minha jornada.

Agradeço, também, a todos os meus professores, que não mediram esforços para passar a sabedoria na qual se leva por toda a vida, meus sinceros agradecimentos, em especial, a minha orientadora Professora Mestra Eliene Aparecida de Moraes, pela sua dedicação, sabedoria, competência e, principalmente, pela paciência e compreensão em me orientar neste trabalho, que me ajudou muito.

Aos meus colegas de faculdade, pelo ânimo de recomeçar a cada dia.

RESUMO

BARBOSA, Marcos Cerino. **Divulgação de informações contábeis sobre a mensuração do valor justo nas empresas brasileiras de capital aberto**. 2016. 51p. Trabalho de Conclusão de Curso II (Graduação em Ciências Contábeis) – UniRV- Universidade de Rio Verde, Rio Verde, 2016.

Cada vez mais, os acionistas, clientes, fornecedores e outros usuários procuram se informar sobre a situação das empresas além da performance. Com a aprovação do Pronunciamento Técnico - CPC 46 – Mensuração do Valor Justo, tornou-se a partir de 2012, obrigatória a divulgação das informações contábeis das empresas. O objetivo desse pronunciamento é gerar aos usuários das demonstrações contábeis, as informações necessárias acerca das atividades e negócios em que as empresas de capital aberto operam. A finalidade dessa pesquisa é avaliar como as empresas de capital aberto listadas na BM&FBOVESPA estão divulgando suas informações contábeis conforme o CPC 46. A metodologia utilizada foi qualitativa - quantitativa, quanto ao objetivo foi classificado como bibliográfica e documental seguida pelo método de abordagem dedutivo e à técnica de coleta de dados classificado como indireta. Esta pesquisa analisou as demonstrações contábeis das 50 empresas com maior número de ações listadas na BM&FBOVESPA. Os principais resultados da pesquisa quanto à média percentual de divulgação do CPC 46 foram: em 2013 de 50%, em 2014 de 55%, em 2015 de 50% e média geral de 57%.

Palavras-chaves: CPC 46. Divulgação. Empresas Brasileiras.

ABSTRACT

BARBOSA, Marcos Cerino. Disclosure of accounting information on a measurement of fair value in Brazilian publicly traded companies. 2016. 51p. Course Completion Work II (Graduation in Accounting Sciences) - UniRV - University of Rio Verde, Rio Verde, 2016.

Increasingly, shareholders, customers, suppliers and other users are looking for more information on the status of companies beyond performance. With the approval of Technical Pronouncement CPC 46 - Measurement of Fair Value, it became mandatory as of 2012, a disclosure of the accounting information of the companies. The purpose of this report is to generate for the users of the financial statements, such as information about the activities and businesses in publicly traded companies. The purpose of this research as a listed company listed on the BM & FBOVESPA is disclosing their accounting information as per CPC 46. The methodology used for qualitative – quantitative assessment, Collection of data classified as indirect. This research analyzes as accounting statements of the 50 companies with the largest number of shares listed on BM & FBOVESPA. The main results of the survey in relation to the average percentage of CPC 46 disclosure were: in 2013 50%, in 2014 55%, in 2015 50% and general average 57%.

Keywords: CPC46. Disclosures, Brazilian Business

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 - Níveis hierárquicos de informação quanto à mensuração do valor justo.....	19
QUADRO 2 - Empresas componentes da amostra.....	29
QUADRO 3 - Instrumento de coleta de dados	31
QUADRO 4 - Classificação dos Quartis.	33
QUADRO 5 - Divulgação das empresas anual.....	33
QUADRO 6 - Classificação da divulgação das empresas por setor de atuação até 05/06/2016.....	40
QUADRO 7 - Divulgação por tamanho das empresas – Empresas Maiores.	42
QUADRO 8 - Divulgação por tamanho das empresas – Empresas Maiores.	46
QUADRO 9 - Divulgação por tamanho do endividamento das empresas – Maior Endividamento..	44
QUADRO 10 - Divulgação por tamanho do endividamento das empresas – Menor Endividamento.....	46
QUADRO 11 - Divulgação por variável auditoria das empresas – Empresas Auditada.....	44
QUADRO 12 - Divulgação por variável auditoria das empresas – Empresas Não Auditada.....	44

LISTA DE TABELAS

TABELA 1 - Classificação dos Quartis para os quesitos.....	35
TABELA 2 - Classificação da qualidade dos quesitos apurados por quartis.	36
TABELA 3 - Definição dos quartis para os índices de divulgação.	36
TABELA 4 - Definição dos quartis para os índices de divulgação por setor de atuação.....	39

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	11
2 REFERENCIAL TEÓRICO	15
2.1 CPC 46 – MENSURAÇÃO DO VALOR JUSTO.....	15
2.1.1 RECONHECIMENTO DO VALOR JUSTO	16
2.1.2 MENSURAÇÃO DO VALOR JUSTO	17
2.1.3 DIVULGAÇÃO DO VALOR JUSTO	20
2.2 CRÍTICAS POSITIVAS E NEGATIVAS SOBRE O VALOR JUSTO	22
2.3 FATORES QUE INFLUENCIAM A DIVULGAÇÃO.....	24
3 METODOLOGIA	27
3.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA.....	27
3.2 POPULAÇÃO, AMOSTRA E PERÍODO DE ESTUDO	28
3.3 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS	31
4 RESULTADOS E ANÁLISE DOS DADOS	34
4.1 PERCENTUAIS DE DIVULGAÇÃO DAS EMPRESAS COMPONENTES DA AMOSTRA.....	34
4.2 FATORES QUE INFLUENCIAM AS DIVULGAÇÕES DAS EMPRESAS	41
5 LIMITAÇÕES DA PESQUISA	49
6 CONSIDERAÇÕES FINAIS	50
REFERÊNCIAS	51

1 INTRODUÇÃO

A contabilidade no Brasil vem adotando os padrões internacionais com o intuito de atender ao cenário econômico mundial, a padronização da contabilidade brasileira com a internacional se faz necessário, pois torna as demonstrações contábeis das empresas mais compreensíveis e comparáveis, apresentando mais confiabilidade nas informações necessárias para a tomada de decisão (BELLI, 2014). Neste contexto, para que os investidores tenham maior credibilidade, comparabilidade e menores riscos no mercado em que estão investindo, faz-se necessária a diminuição das divergências das informações divulgadas e as normas pertinentes (BELLI, 2014).

Com intuito de trazer informação útil e fidedigna para os usuários da informação contábil, o Conselho Federal de Contabilidade (CFC), juntamente com outros órgãos reguladores como a Comissão de Valores Mobiliários (CVM) decidiram criar o Comitê de Pronunciamento Contábil (CPC) tendo como alvo a tradução das normas internacionais de contabilidade trazendo-as para realidade brasileira, buscando adequação e padronização das normas brasileiras de contabilidade com as normas internacionais, de modo que refletirá na forma de contabilização do patrimônio nas empresas brasileiras (IUDÍCIBUS et al., 2013).

Cada vez mais, os acionistas, clientes, fornecedores e outros usuários procuram se informar sobre a situação das empresas, além da *performance* financeira, buscam também informação de como estão sendo administradas, procurando entender melhor a responsabilidade social e como é sua governança corporativa (IUDÍCIBUS et al., 2013).

Governança corporativa tem como fundamento o objetivo de reaver e avaliar a credibilidade em uma determinada corporação para seus acionistas (LANZANA, 2004).

Com a padronização das normas brasileiras de contabilidade com as normas internacionais, será atendida a necessidade do investidor que busca nas demonstrações contábeis comparabilidade e confiabilidade (IUDÍCIBUS et al., 2013).

Uma dessas padronizações foi a criação do CPC 46 – Mensuração do Valor Justo que busca aumentar a utilização cada vez mais do valor justo nas demonstrações contábeis das empresas brasileiras de capital aberto (IUDÍCIBUS et al., 2013).

A aplicação do CPC 46 – Mensuração do Valor Justo nas empresas de capital aberto, é importante para investidores na tomada de decisão, levando a necessidade de pesquisar como as empresas de capital aberto abordam a questão do valor justo e sua mensuração.

1.1 PROBLEMA DE PESQUISA

Qual é o percentual de divulgação das empresas brasileiras de capital aberto quanto à aderência ao CPC 46 – Mensuração do Valor Justo?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo Geral

Identificar o percentual de divulgação de empresas brasileiras de capital aberto no que diz respeito o CPC 46 – Mensuração do Valor Justo.

1.2.2 Objetivos Específicos

Para atender ao objetivo geral, foram estabelecidos os seguintes objetivos específicos:

- Discorrer sobre a relevância da divulgação de informações contábeis sobre o valor justo;
- Discutir sobre as críticas positivas e negativas acerca do valor justo;
- Descrever os itens de divulgação obrigatória quanto ao valor justo disposto no CPC 46;
- Apurar os percentuais de divulgação das empresas com relação ao valor justo comparando-as por setor entre elas e entre períodos diferentes;
- Verificar se o tamanho, o endividamento e a empresa de auditoria influenciam nos percentuais de divulgação.

1.3. JUSTIFICATIVA

Uma das características da pesquisa científica é a forma de estudo sobre um assunto demarcado para ampliação do conhecimento (MARCANTONIO; SANTOS; LEHFELD, 1993).

Segundo Silva (2008), para pessoas que tomam decisões, é preciso que as informações necessárias sejam úteis e represente a realidade do resultado e desempenho das empresas.

A concretização desta pesquisa explica-se pela necessidade estabelecida por investidores e outros usuários da informação contábil que devido à complexidade do tema não consegue entender a real posição financeiro-econômica das organizações, para isso, esta pesquisa apresentará de forma clara como os instrumentos financeiros estão sendo mensurados a valor justo nas demonstrações financeiras apresentadas pelas empresas listadas na BM&FBOVESPA.

Esta pesquisa define como a pilastra do estudo o seu conteúdo teórico, baseando-se no CPC 46 Mensuração do Valor Justo, que estabelece critérios de aplicação nas demonstrações contábeis das empresas (CPC 46, 2012). A fundamentação teórica dessa pesquisa, também descreverá com artigos já publicados, periódicos, além de bibliografias prestigiadas a relevância sobre o assunto, acrescentando assim importância e teor à pesquisa.

Com a unificação das normas brasileiras de contabilidade com as normas internacionais de contabilidade, a partir do ano de 2008, tornou-se obrigatório a divulgação das demonstrações contábeis de empresas de capital aberto de acordo com os procedimentos contábeis emitidos pelo Comitê de Pronunciamento Contábil (CPC) e homologados pela Comissão de Valores Mobiliários (CVM, 2012).

Através dessa pesquisa, acredita-se colaborar para o fortalecimento do campo da informação sendo mais uma fonte que ajudará os órgãos reguladores, tais como Conselho Federal de Contabilidade (CFC) e Comissão de Valores Mobiliários (CVM) para verificação de como estão sendo divulgadas as informações contidas no CPC 46 Mensuração do Valor Justo nas empresas que têm suas ações negociadas na BM&FBOVESPA, colaborando, também, no campo da contabilidade com informação sobre a aplicação das normas e procedimento em empresas de capital aberto no país, e comprovar aos estudantes, profissionais contábeis e sociedade os efeitos alcançados, estimulando a modernização e reciclagem contínua destas pessoas.

Estes órgãos reguladores podem utilizar essa pesquisa como parâmetro para verificação do cumprimento da norma CPC 46 pelas empresas que estão obrigadas a este, e caso essa divulgação não esteja sendo feita, pode ser usada como ferramenta para intensificar a fiscalização e até autuações.

Esta pesquisa científica justifica-se como importante fonte de estudo sobre mensuração do valor justo aplicado nas demonstrações das empresas listadas na BM&FBOVESPA, empresas estas que têm grande representação socioeconômica com geração de milhares de emprego no Brasil (ABRASCA, 2014).

Valor justo ainda é um tema complexo, com correntes que o defendem e correntes que os condenam, e as últimas argumentam inclusive que o valor justo pode ser utilizado para gerenciamento de resultados, visto que quando a empresa utiliza de dados internos da própria empresa, esses valores são considerados subjetivos, e essa pesquisa tem a intenção de trazer esta discussão sobre as críticas, sejam favoráveis ou não ao valor justo.

Dada à importância do tema e considerando pesquisa científica como uma técnica de estudo, este trabalho vem trazer o tema Mensuração do Valor Justo em evidência criando assim, mais uma fonte de informação para pessoas que tenham interesse em aprofundar no assunto sobre a mensuração do valor justo aplicado em empresas de capital aberto listadas na BM&FBOVESPA, com a finalidade de proporcionar aos investidores e outros usuários, conhecimento sobre a aplicação do CPC 46 - Mensuração do Valor Justo (CPC 46, 2012) em empresas de capital aberto ajudando, principalmente, os investidores na tomada de decisão (ABRASCA, 2014).

1.4 DELIMITAÇÃO DA PESQUISA

Esta pesquisa delimita-se ao estudo das 50 empresas brasileiras com maior número de ações listadas na BM&FBOVESPA.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Este tópico consiste em apresentar a estrutura teórica que servirá para apoiar a realização dessa pesquisa.

Conforme Prodanov e Freitas (2013, p.131), o referencial teórico é uma apreciação das obras científicas disponível a propósito de um tema abordado na pesquisa, que ajudarão no fundamento teórico e metodológico para desenvolver um projeto. Nesta lógica, o referencial teórico trata e aborda a base teórica usada como referência para alcançar o resultado aguardado, que é descobrir a resposta para a pergunta que deu início a esta pesquisa.

2.1 CPC 46 – MENSURAÇÃO DO VALOR JUSTO

O Pronunciamento Contábil CPC 46 Mensuração do Valor Justo foi criado em 2012 com o objetivo de definir valor justo, e estabelecer em um único Pronunciamento Contábil a estrutura de mensuração do valor justo e divulgações sobre mensuração do valor justo.

O CPC 46 (item 9) define valor justo como “o preço que seria recebido pela venda de um ativo ou que seria pago pela transferência de um passivo em uma transação não forçada entre participantes do mercado na data de mensuração” (CPC 46, 2012).

Estas definições deixam claro que uma negociação a valor justo na data de sua mensuração deve ser reconhecida sem influência que possa alterar o valor negociado.

O valor justo estima o preço de uma negociação não forçada para venda de um ativo ou transferência de um passivo dentre participante de mercado na data de sua mensuração não forçada sob condições de mercado corrente (CPC 46, 2012) e, com isso, o valor justo agrega informações do ativo e passivo atuais nas demonstrações contábeis, oferecendo melhor comparabilidade para os usuários que, por sua vez, ajudará na tomada de decisões.

2.1.1 Reconhecimento do valor justo

O reconhecimento inicial de um ativo ou passivo é o preço desembolsado para aquisição de um ativo ou preço pago para quitação de um passivo, porém nem sempre apresenta o valor justo do ativo ou do passivo (CPC 46, 2012).

Sobre o reconhecimento inicial do valor justo o CPC 46 (item 59) diz que “Ao determinar se o valor justo no reconhecimento inicial é igual ao preço da transação, a entidade deve levar em conta fatores específicos da transação e do ativo ou passivo” (CPC 46, 2012).

De acordo com CPC 46 (CPC 46, 2012), isto pode acontecer em quatro ocasiões específicas:

- a) transação entre partes relacionadas;
- b) operação em que o vendedor é obrigado a aceitar um valor menor que o justo (por exemplo, estar em dificuldades financeiras);
- c) a unidade de contabilização da transação é diferente da unidade de contabilização do ativo ou passivo (por exemplo, uma combinação de negócios);
- d) o mercado de transação é diferente do mercado principal (ou mais vantajoso) de negociação.

Em transações aonde se obtém um ativo ou admite um passivo, o valor dessa transação será o preço desembolsado para adquirir o ativo ou assumir o passivo. Diferente disso, o valor justo do ativo ou passivo será o valor auferido na venda desse ativo ou pagamento para transferir este passivo. Contudo, não existe a obrigatoriedade das entidades em vender seus ativos pelos preços por eles pagos, nem tão pouco será necessário transferir passivo pelos próprios valores auferidos para assumi-los (CPC 46, 2012).

No entanto, caso outro pronunciamento contábil estabeleça ou admita que a entidade mensure seu ativo ou passivo a valor justo, inicialmente, com preço da transação diferente do valor justo, a entidade tem que reconhecer o ganho ou perda no resultado do período, ao menos que outros pronunciamentos especifiquem de outra forma (CPC 46, 2012).

Para mensurar o valor justo do ativo ou passivo, pode-se utilizar uma ou mais abordagens permitidas. O CPC 46 (2012) apresenta três técnicas de avaliação que são: a) abordagem de mercado; b) abordagem de custo; e c) abordagem da receita.

A abordagem de custo considera todos componentes de custo, a abordagem de mercado avalia as transações em mercado atual de item similar e abordagem de renda apresenta o valor presente, estimando a geração de fluxos de caixa futuros da entidade (CPC 46, 2012).

Em alguns casos, apenas uma técnica de avaliação será adequada, isso quando houver itens iguais, em outros casos, múltiplas técnicas deverão ser aplicadas, nesse caso, o valor justo será o mais representativo em todas as circunstâncias, ou seja, devem ser priorizados dados observáveis, e não a técnica de avaliação (CPC 46, 2012).

2.1.2 Mensuração do valor justo

O pronunciamento contábil CPC 46 – Mensuração do Valor Justo, estabelece a orientação de como se deve determinar o valor justo e como deve ser feita a mensuração de valor justos nas demonstrações contábeis (CPC 46, 2012).

O valor justo tem como estrutura conceitual o CPC 46 (2012), que apresenta e define seu objetivo para valor justo, apresentando como será sua divulgação quando houver transição de um ativo ou passivo sendo o CPC 46 o único pronunciamento que define a estrutura para mensuração do valor justo.

Uma das características da mensuração do valor justo é ser dedicada a um ativo ou passivo em particular, isso faz com que algumas características do ativo ou do passivo sejam levadas em consideração (CPC 46, 2012).

Para definir se um ativo ou passivo pode ser mensurado e divulgado a valor justo, depende de sua unidade de contabilização que por sua vez é determinada por pronunciamento que exija ou permita a mensuração do valor justo (CPC 46, 2012).

Para mensuração do valor justo, deve-se prever que a transação de venda do ativo ou cessão do passivo ocorra em mercado principal ou na ausência de mercado principal, ocorra em mercado mais vantajoso (CPC 46, 2012).

Segundo o CPC 46 (2012), mercado principal é considerado como mercado onde ocorre o maior volume e grau de atividade para negociação de ativo e passivo. Já o mercado vantajoso é considerado o mercado que elevar ao máximo o valor que seria auferido com a venda do ativo ou que tornar mínimo o valor desembolsado para transferir um passivo,

levando em consideração os valores da transação e os valores gastos com transportes (CPC 46, 2012).

Na procura por mercado principal ou mercado vantajoso, a entidade não precisa explorar todos os prováveis mercados para encontrar o mercado principal ou mercado mais vantajoso, porém todas as informações deveram ser analisadas. Portanto, caso não haja informação ou evidências, deve ser considerado como mercado principal ou mercado mais vantajoso o mercado onde a entidade normalmente realizaria uma transação de venda do ativo ou transferência do passivo (CPC 46, 2012).

Segundo o CPC 46 (2012), a mensuração do valor justo para ativo ou passivo pode ser feita com ativo ou passivo individual ou com um grupo de ativos, ou com grupo de passivo ou grupo de ativo e passivo.

Para que a mensuração do valor justo não produza informação distorcida, algumas características devem ser levadas em consideração, como por exemplo, a condição e a localização do ativo e restrições, se houver, para venda ou uso do ativo (CPC 46, 2012).

São considerados dados observáveis as informações confiáveis oriundas de mercados em atividade de ativos e passivos similares, também são considerados dados observáveis informações confiáveis cotadas direta ou indiretamente em mercados ativos, mas que venha sofrer algum ajuste no momento da mensuração. Dados não observáveis são informações subjetivas, estas informações têm variáveis que não são observáveis para ativo e passivo, estas variáveis devem ser usadas para mensurar o valor justo quando não houver dados observáveis relevantes, isso acontece quando há pouca negociação de mercado para ativo e passivo que venha a ser mensurados (CPC 46, 2012).

Para melhor entendimento, o CPC 46 (2012) estabelece uma hierarquia de informação para dados observáveis e dados não observáveis facilitando assim o melhor entendimento.

O valor justo de um ativo, passivo ou instrumento de capital, precisará ser considerado em nível de hierarquia 1, 2 ou 3, dependendo dos dados, observáveis ou não observáveis, para mensuração do valor justo. Conforme definido no quadro 1 (CPC 46, 2012).

QUADRO 1 - Níveis hierárquicos de informação quanto à mensuração do valor justo

Descrição	Características
Informações Confiáveis	Valores cotados em mercados ativos para ativos e passivos idênticos que a entidade possa acessar na data da mensuração. Esta cotação fornece a evidência mais confiável do valor justo e deve ser utilizada sem ajustes para a mensuração.
Informações sujeitas a ajustes	Valores incluídos no Nível 1, porém cotados direta ou indiretamente em mercados ativos referente aos ativos e passivos similares (ou mercados não ativos para ativos e passivos idênticos). Tais cotações podem ser utilizadas com pequenos ajustes no momento da mensuração.
Informações Subjetivas	As informações contêm variáveis não observáveis para o ativo ou passivo. Estas variáveis devem ser utilizadas para mensurar o valor justo na medida em que dados observáveis relevantes não estiverem disponíveis em situações em que não há ou há pouca atividade de mercado para o ativo ou passivo a ser mensurado.

Fonte: CPC 46 (2012).

O valor justo de um ativo ou passivo deve ter a sua mensuração baseada no mercado principal a que estejam dispostos a serem negociados, na ausência de um mercado principal, deverá ser baseado em um mercado mais vantajoso para a negociação, usando as premissas que os participantes do mercado utilizariam para precificar este ativo ou passivo, e não em uma medida específica da entidade (CPC 46, 2012). Porém, este mercado poderá ser diferente entre as entidades, dependendo da atividade que a mesma exerce (CPC 46, 2012).

Para alguns ativos e passivos, as informações ou transações de mercado observáveis poderão estar disponíveis e, para outros, indisponíveis, neste caso quando não houver informações de mercado estiverem disponíveis, então, utilizarão dados não observáveis, no entanto, estes dados não observáveis são considerados menos confiáveis, pois são dados internos da empresa.

Quando o valor de mercado de um ativo ou passivo estiver indisponível para a entidade basear a sua mensuração, o valor justo deve ser mensurado utilizando outra técnica de avaliação que maximiza o uso de dados observáveis relevantes e minimiza o uso de dados não observáveis, incluindo hipóteses acerca de riscos (CPC 46, 2012).

Em todos estes aspectos, a mensuração do valor justo de um ativo não financeiro deve assumir a sua maior e melhor utilização pelos participantes do mercado, mesmo que esta utilização seja dependente de outros ativos e/ou passivos combinados (CPC 46, 2012).

Dentre estes mercados, destacam-se aqueles em que as informações podem ser observáveis para alguns ativos e passivos, tais como, os mercados de câmbio, mercados de corretagem e mercados não intermediados. Para estas mensurações, a entidade deve sempre maximizar as informações observáveis e minimizar os dados não observáveis, bem como considerar os riscos de não cumprimento destes itens (CPC 46, 2012).

2.1.3 Divulgação do valor justo

O CPC 46 (2012) dispõe que as empresas têm que divulgar informações para ajudar os usuários de suas demonstrações contábeis, auxiliando na avaliação dos ativos e passivos que foram mensurados a valor justo em suas demonstrações contábeis.

O CPC 46 (2012) destaca que a entidade deve divulgar informações que auxiliem os usuários de suas demonstrações contábeis a avaliar as seguintes opções:

a) para ativos e passivos que sejam mensurados ao valor justo de forma recorrente ou não recorrente no balanço patrimonial após o reconhecimento inicial, as técnicas de avaliação e informações utilizadas para desenvolver essas mensurações;

b) para mensurações do valor justo recorrentes que utilizem dados não observáveis significativos, o efeito das mensurações sobre o resultado do período ou outros resultados abrangentes para o período.

Segundo o CPC 46 (2012) para atingir seus objetivos da divulgação, a entidade deve considerar todos os itens seguintes:

- a) o nível de detalhamento necessário para atender aos requisitos de divulgação;
- b) quanta ênfase se deve dar a cada um dos diversos requisitos;
- c) quanta agregação ou desagregação se deve efetuar; e
- d) se os usuários de demonstrações contábeis necessitam de informações adicionais para avaliar as informações quantitativas divulgadas.

Caso as divulgações apresentadas em combinação com o CPC 46 (2012) forem escassas para chegar a sua finalidade, a entidade deve apresentar elementos acessórios necessários para atingir esses objetivos (CPC 46, 2012).

O CPC 46 (2012) doutrina que as entidades precisam divulgar em suas demonstrações contábeis para ativos e passivos que foram mensurados a valor justo após seu reconhecimento inicial, qual a técnica de avaliação e informação empregada para desenvolver a mensuração.

A entidade deverá atender ao nível de detalhamento a ser explorado nos requisitos, e as informações adicionais que os usuários das demonstrações contábeis carecem para avaliar as informações quantitativas publicadas (CPC 46, 2012).

Em relação aos níveis, as transferências para cada nível devem ser divulgadas e discutidas separadamente das transferências de cada nível, (por exemplo, mudança de abordagem de mercado para abordagem de receita, ou o uso de técnica de avaliação adicional), a entidade deve divulgar essa mudança e as razões para adotá-la (CPC 46, 2012).

Para mensurações do valor justo classificadas no Nível 3 da hierarquia de valor justo, a entidade deve fornecer informações quantitativas sobre dados não observáveis significativos utilizados na mensuração do valor justo (CPC 46, 2012). A entidade não está obrigada a criar informações quantitativas para cumprir esse requisito de divulgação se dados não observáveis quantitativos não forem desenvolvidos pela entidade ao mensurar o valor justo por exemplo, quando a entidade utiliza preços de transações anteriores ou informações de precificação de terceiros sem ajuste (CPC 46, 2012). Contudo, ao fornecer essa divulgação, a entidade não pode ignorar dados não observáveis quantitativos que sejam significativos para a mensuração do valor justo e que estejam disponíveis para a entidade (CPC 46, 2012).

Se houver mudança na técnica de avaliação (por exemplo, mudança de abordagem de mercado para abordagem de receita, ou o uso de técnica de avaliação adicional), a entidade deve divulgar essa mudança e as razões para adotá-la (CPC 46, 2012).

Para mensurações do valor justo classificadas no Nível 3 da hierarquia de valor justo, a entidade deve fornecer informações quantitativas sobre dados não observáveis significativos utilizados na mensuração do valor justo (CPC 46, 2012).

De acordo com o CPC 46 (2012), a entidade deve determinar classes apropriadas de ativos e passivos com base no seguinte:

- a) natureza, características e riscos do ativo ou passivo; e

b) nível da hierarquia de valor justo no qual a mensuração do valor justo está classificada.

O número de classes pode ser maior para mensurações do valor justo classificada no Nível 3 da hierarquia de valor justo, uma vez que essas mensurações têm grau maior de incerteza e subjetividade. Determinar classes apropriadas de ativos e passivos para as quais devem ser fornecidas divulgações sobre mensurações do valor justo requer julgamento (CPC 46, 2012).

Uma classe de ativos e passivos frequentemente exige uma desagregação maior que as rubricas apresentadas no balanço patrimonial. Contudo, a entidade deve fornecer informações suficientes para permitir a conciliação com as rubricas apresentadas no balanço patrimonial (CPC 46, 2012).

2.2 CRÍTICAS POSITIVAS E NEGATIVAS SOBRE O VALOR JUSTO

O emprego do valor justo representa uma espetacular, invasiva e arriscada mudança quando se refere à avaliação contábil, devido aos órgãos reguladores como Conselho Federal de Contabilidade (CFC) e Comissão de Valores Mobiliários (CMV) defender esta forma de avaliação, invasiva porque o valor justo se coloca no lugar de algo que já existia e arriscada pois elimina o registro histórico dos ativos e passivos nas avaliações (IUDÍCIBUS et. al., 2013). Isso mostra que mesmo antes do surgimento do CPC 46 (2012) já existiam debates acerca de valor justo.

Alguns autores trazem críticas positivas a favor da aplicação e mensuração do valor justo, porém, existem outros autores que por sua vez, trazem críticas negativas. Serão tratadas a seguir algumas dessas críticas de autores sobre valor justo.

Barros et. al. (2012) defendem o valor justo dizendo a sua utilização aumenta a confiabilidade na avaliação contábil, e que não há com o que se preocupar já que são estabelecidas divulgações detalhadas sobre como o valor justo foi mensurado e reconhecido. Já, Jaques et. al. (2012) reforçam afirmando que informações sobre valor justo são indispensáveis para a tomada de decisão, permitindo uma avaliação mais fidedigna da posição financeira das empresas.

Os benefícios de se aplicar o valor justo significariam, entre outras, evidenciar informações mais relevantes para investidores, expondo o preço pelo qual os ativos e passivos poderiam ser negociados (BELLI, 2014).

Com a aplicação do CPC 46 (2012) nas demonstrações contábeis das empresas de capital aberto, os investidores teriam informação real sobre os ativos e passivos da empresa. Dessa forma, não haveria a necessidade de empregar fatores específicos na hora de avaliar o valor justo do ativo ou passivo, pois estariam avaliados tendo o mercado como parâmetro, havendo assim, uma espécie de comparação entre diferentes entidades (BELLI, 2014).

Diante das opiniões de autores a favor da aplicação do CPC 46 (2012) nas demonstrações contábeis, aparecem também autores que são contrários a esta aplicação.

Segundo Barros et al. (2012), em seu estudo elaborado com intuito de demonstrar o impacto do valor justo na mensuração de ativos biológicos em empresas listadas na BM&FBOVESPA, onde em seu estudo foi apontado que informações, notas explicativas dessas empresas eram superficiais, não traziam informação que demonstrasse quais critérios foram aplicados para mensurar o valor justo nas demonstrações contábeis das empresas pesquisadas. Isso mostra uma incerteza quanto à confiabilidade das informações apresentadas.

Dados atualizados sobre valor justo são simples de serem alcançados, porém algumas técnicas para obtenção desses dados podem ser inconstantes, fazendo com que tenha influência direta no mercado de crédito (MACAGNAN, 2009).

Mesmo com normas emitidas para orientação da aplicação do valor justo nas empresas, existem autores que dizem que devido à subjetividade das informações de comparação do valor, as empresas podem acabar por manipular suas demonstrações contábeis.

Segundo Mendes e Freire (2014), “a adoção do valor justo no processo para a mensuração de ativos e passivos fez surgir à possibilidade de as empresas gerenciarem os seus resultados e manipularem as informações contábeis”.

Em outros casos, as subjetividades das informações relevantes do valor justo possam mesmo estando em mercados presentes, podem informar uma realidade incerta sobre determinando ativo ou passivo.

Brito *et al.* (2014, p. 196) dizem que “nem sempre o preço de mercado refletirá o valor justo”, isso mostra que dependendo da situação, existe grande possibilidade da subjetividade de informações relevantes podem causar distorção nas informações contábeis apresentadas pelas empresas.

Mesmo existindo críticas negativas quanto a valor justo, as empresas de capital aberto listadas na BM&FBOVESPA têm a obrigatoriedade de aplicar o CPC 46 Mensuração do Valor Justo sempre que necessário em suas transações com ativos e passivos, independente que haja críticas que não aprovelem tal norma (CPC 46, 2012).

2.3 FATORES QUE INFLUENCIAM A DIVULGAÇÃO

A divulgação de informações contábeis deve ser caracterizada pela necessidade que os usuários externos têm em conhecer a posição patrimonial e financeira das organizações, para que seja possível avaliar de forma confiável os fatos econômicos e suas possíveis consequências, conforme determinação da Resolução do Conselho Federal de Contabilidade n. 1.121/08 (CFC, 2008).

Araújo et. al. (2012) afirmam que os pronunciamentos técnicos passaram a ter papel fundamental nos procedimentos e demonstrações, tornando obrigatória a observação de métodos padronizados para o adequado reconhecimento, mensuração e divulgação das informações contábeis.

É muito importante a divulgação, pois cria uma dinâmica entre as empresas e investidores. Sendo assim, Cunha et al. (2014) afirmam que a informação contábil desempenha um papel fundamental na administração do conflito de interesses e na redução da assimetria informacional existente entre gestores e investidores.

Neste sentido, existem na literatura contábil fatores que podem influenciar o nível ou percentual de divulgação das empresas. Para analisar quais os fatores determinantes da divulgação das informações nas empresas, com ações negociadas na BM&FBOVESPA, foram construídas três hipóteses: o tamanho das empresas, o grau de endividamento das empresas e a empresa de auditoria.

Com relação ao fator tamanho da empresa, este está diretamente ligado à sua obrigação de divulgação de informações ou não para seus usuários (MAPURANGA; PONTE; HOLANDA, 2014). Ainda, segundo os mesmos autores, de acordo com a variável “tamanho”, pode-se construir a hipótese de que as empresas maiores tenham um maior nível de divulgação que as empresas consideradas menores.

Murcia (2009), também, confirma esta hipótese afirmando que as empresas maiores possuem maior número de evidenciação do que as empresas menores. Mapurunga, Ponte e

Holanda (2014) reforçam que diversas pesquisas relatam a existência de associação positiva entre o tamanho da empresa e a conformidade com a divulgação requerida.

Burgwal e Vieira (2014) discorrem que empresas maiores possuem mais agentes de interesse em suas áreas e para legitimar suas operações perante estes agentes tendem a divulgar mais.

Assim, espera-se que a variável tamanho da empresa tenha uma relação positiva com o aumento de divulgação pelas empresas que serão analisadas, ou seja, quanto maior o tamanho da empresa, maior será o percentual de divulgação.

No que diz respeito ao fator grau de endividamento, as empresas com maior grau de endividamento tendem a praticar nível de divulgação mais elevado, porquanto precisam fornecer mais informações a seus credores, justamente porque estes tendem a monitorar fortemente a gerência (LANZANA, 2004).

Murcia e Santos (2009) dizem que para a variável grau de endividamento é esperado que quanto maior for o grau de endividamento, maior será o percentual de divulgação de informações contábeis pelas empresas, dado que empresas mais transparentes tendem a possuir maior acesso ao capital de terceiros.

Mapurunga, Ponte e Holanda (2014) ressaltam que empresas com maior grau de endividamento sofrem maiores pressões pelos seus credores para a divulgação de informações, assumindo assim que quanto maior for o nível de endividamento maior também será o nível de divulgação.

E, ainda, será considerado nesta pesquisa, o fator auditoria e, segundo Attie (2006, p. 25) “a auditoria é uma especialização contábil voltada a testar a eficiência e eficácia do controle patrimonial implantado com o objetivo de expressar uma opinião sobre determinado dado”.

Acredita-se que as empresas tendem a aumentar o seu percentual de divulgação quando são auditadas pelas *big four*, posto que empresas que são auditadas pelas maiores firmas de auditoria do mundo tem a maior probabilidade de apresentar um percentual de divulgação de informações contábeis maior ao mercado (MAPURANGA; PONTE; HOLANDA, 2014),

Segundo dados divulgados pela CVM (Comissão de Valores Mobiliários), disponível no site do órgão, as *Big Four* estão ranqueadas como as empresas que mais clientes auditam

dentro do mercado de capitais brasileiros, e são elas, a KMPG, a Delloite Touche Tohmatsu, a Ernst & Young e a PriceWaterhouseCoopers.

Sobre este assunto, Murcia (2009) afirma que os auditores ao confirmarem que as demonstrações contábeis atenderam aos requisitos solicitados pelos órgãos normalizadores repassam maior credibilidade a estas informações divulgadas.

Neste sentido, Murcia (2009) afirma que as empresas auditadas pelas *big four* (KPMG, Pricewaterhouse Coopers, Deloitte Touche Tohmatsu e Ernst & Young) adotam níveis de divulgação mais elevados.

3 METODOLOGIA

A metodologia são os passos e técnicas que serão utilizados para coleta e análise de dados (KAUARK; MANHÃES; MEDEIROS, 2010).

3.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA

Os objetivos da pesquisa foi caracterizada como descritiva, isso porque, foi analisado o nível de aplicação das normas requeridas pelos órgãos reguladores quanto à divulgação do CPC 46 Mensuração do Valor Justo.

Quanto aos procedimentos, trata-se de uma especialidade de estudo que usa documentos como fonte de dados e evidências (MARTINS; THEÓPHIO, 2009). Com isso, o procedimento da pesquisa foi documental, pois foram analisadas as demonstrações financeiras e notas explicativas divulgadas das empresas listadas na BM&FBOVESPA.

Pesquisa quantitativa são uma exposição através de medidas numéricas e métodos de estáticas e interpretação das informações e dados estudados através de números (WAINER, 2006).

Pesquisa qualitativa é uma exposição do objeto em geral que fundamenta a exposição de informações quanto à qualidade e fenômeno (FERNANDES, 2014).

Esta pesquisa teve sua abordagem do problema de pesquisa classificado como quantitativa e qualitativa, visto que, através da análise da demonstração financeira das empresas, foram traduzidos os números em opinião.

A coleta de dados foi utilizada a indireta, uma vez que as informações foram coletadas através do site da BM&FBOVESPA e não diretamente nas empresas.

Foi utilizado para esta pesquisa o método dedutivo. Gil (1999) diz que o método dedutivo parte dos princípios reconhecidos como verdadeiros e conclusivos, possibilitando chegar à conclusão puramente formal, isto é, em valores unicamente de sua lógica.

A área da ciência a qual a pesquisa alcança classifica-se como teórica, pois utiliza referências para descrever as definições e objetivos da mensuração do valor justo nas demonstrações financeiras das empresas.

3.2 POPULAÇÃO, AMOSTRA E PERÍODO DE ESTUDO

Kauark, Manhães e Medeiros (2010, p. 60) definem População como “todos indivíduos do campo de interesse da pesquisa”.

A escolha da amostra foi feita através da seleção das empresas que estavam listadas na BM&FBovespa na data de 05 de junho de 2016, conforme quadro 2, descartando a possibilidade de haver mais empresas que poderiam estar listadas após esta data.

Esta amostra é, peça da população aceita como objeto de averiguação da pesquisa, podendo ser probabilística onde o componente da população tem oportunidade igual de ser incluída na amostra ou não probabilística que representa uma boa avaliação da população ou universo (KAUARK, MANHÃES E MEDEIROS, 2010).

Esta pesquisa teve sua amostra não probabilística intencional visto que foram escolhidas as 50 empresas listadas na BM&FBOVESPA consideradas maiores em termos de ações.

Foram selecionadas as empresas listadas na BM&FBOVESPA, após a seleção das empresas, foi efetuada a classificação das empresas conforme o número de ações, diante dessa classificação foram selecionadas as 50 empresas com maior número de ações para a realização da pesquisa.

De tal modo, no quadro 2, é possível verificar as empresas que compõem a amostra da pesquisa conforme segue:

QUADRO 2 - Empresas componentes da amostra

Denominação Social	Capital R\$	Total de Ações
FERROVIA CENTRO-ATLANTICA S.A.	R\$ 1.722.965.684,34	210.197.643.696.260
LIGHT SERVICOS DE ELETRICIDADE S.A.	R\$ 2.189.364.785,47	212.854.480.688
CPFL GERACAO DE ENERGIA S.A.	R\$ 1.043.921.538,84	205.492.019.285
ALL - AMÉRICA LATINA LOGÍSTICA MALHA PAULISTA S.A.	R\$ 1.747.361.524,33	90.826.624.247
SUL 116 PARTICIPACOES S.A.	R\$ 28.385.040,47	83.596.902.573
CIA PIRATININGA DE FORCA E LUZ	R\$ 235.555.875,59	53.096.770.180
BANDEIRANTE ENERGIA S.A.	R\$ 596.669.107,23	39.091.735.037
CONC RODOVIAS DO TIETÊ S.A.	R\$ 303.578.475,96	30.357.847.596
AMBEV S.A.	R\$ 57.614.139.847,33	15.717.615.419
CONC ROD.OESTE SP VIAOESTE S.A	R\$ 139.762.922,42	13.976.292.242
PETROLEO BRASILEIRO S.A. PETROBRAS	R\$ 205.431.960.490,52	13.044.496.930
CTX PARTICIPAÇÕES S.A.	R\$ 156.193.167,61	10.949.965.688
SANTO ANTONIO ENERGIA S.A.	R\$ 9.522.870.456,00	9.711.399.868
BCO SANTANDER (BRASIL) S.A.	R\$ 57.000.000.000,00	7.563.082.417
ITAUSA INVESTIMENTOS ITAU S.A.	R\$ 36.405.000.000,00	7.430.107.624
RAIZEN ENERGIA S.A.	R\$ 6.516.353.969,58	7.377.289.132
HOPI HARI S.A.	R\$ 275.104.984,09	6.464.255.085
ITAU UNIBANCO HOLDING S.A.	R\$ 85.148.000.000,00	5.983.915.949
NEOENERGIA S.A.	R\$ 4.739.025.302,74	5.850.636.194
BCO BRADESCO S.A.	R\$ 51.100.000.000,00	5.553.601.732
VALE S.A.	R\$ 77.300.000.000,00	5.244.316.120
GOL LINHAS AEREAS INTELIGENTES S.A.	R\$ 3.080.109.533,70	5.238.421.108
KLABIN S.A.	R\$ 2.384.483.688,40	4.733.181.140

...continua...

...continuação...

BCO AMAZONIA S.A.	R\$ 1.623.251.785,69	2.964.596.762
CEMIG GERACAO E TRANSMISSAO S.A.	R\$ 1.837.710.409,94	2.896.785.358
BCO BRASIL S.A.	R\$ 67.000.000.000,00	2.865.417.020
JBS S.A.	R\$ 23.631.071.304,24	2.856.857.505
BCO BTG PACTUAL S.A.	R\$ 7.180.525.408,36	2.696.327.316
CONC AUTO RAPOSO TAVARES S.A.	R\$ 1.180.000.000,00	2.616.389.044
ALL AMERICA LATINA LOGISTICA S.A.	R\$ 4.834.394.178,08	2.616.038.002
TIM PARTICIPACOES S.A.	R\$ 9.913.414.421,74	2.421.032.479
CEMIG DISTRIBUICAO S.A.	R\$ 2.361.997.787,64	2.359.113.452
CIELO S.A.	R\$ 3.500.000.000,00	2.264.012.551
CENTRAIS ELET DO PARA S.A. - CELPA	R\$ 1.521.739.772,15	2.209.074.007
BB SEGURIDADE PARTICIPAÇÕES S.A.	R\$ 5.646.767.124,93	2.000.000.000
AES TIETE ENERGIA SA	R\$ 262.018.491,47	1.906.267.462
BMFBOVESPA S.A. BOLSA VALORES MERC FUT	R\$ 2.540.239.563,88	1.815.000.000
CCR S.A.	R\$ 2.055.495.430,54	1.765.587.200
GERDAU S.A.	R\$ 19.323.246.666,00	1.719.658.728
REDE ENERGIA S.A.	R\$ 2.245.786.630,74	1.714.895.526
NEWTEL PARTICIPACOES S.A.	R\$ 58.462.482,33	1.698.193.970
TELEFÔNICA BRASIL S.A	R\$ 63.571.415.865,09	1.690.984.923
KROTON EDUCACIONAL S.A.	R\$ 4.249.900.783,68	1.626.069.778
WEG S.A.	R\$ 3.533.972.568,00	1.614.353.076
INVITEL LEGACY S.A.	R\$ 2.000.000,00	1.587.353.356
DIBENS LEASING S.A. - ARREND.MERCANTIL	R\$ 2.405.981.561,45	1.504.996.693
WHIRLPOOL S.A.	R\$ 1.085.793.037,93	1.502.786.006

...continua...

...continuação...

CONC DO AEROPORTO INTERNACIONAL DE GUARULHOS S.A.	R\$ 1.424.558.445,00	1.475.100.573
COSAN LOGISTICA S.A.	R\$ 1.520.753.176,00	1.460.402.269
ZAIN PARTICIPACOES S.A.	R\$ 20.187.166,37	1.413.975.417

Fonte: BM&FBOVESPA (s./d.), adaptado pelo autor.

Foram analisadas as demonstrações contábeis do ano de 2015, 2014 e 2013 das empresas que compõem a amostra com propósito de ter maior comparabilidade entre os anos. Esta pesquisa foi realizada a partir de 2013, pois foi o ano em que entrou em vigor o Pronunciamento Técnico Contábil CPC 46 – Mensuração do Valor Justo.

3.3 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

Para a busca de informações sobre o valor justo nas demonstrações contábeis, foi elaborado um questionário com base no CPC 46 (2012) para servir como base na coleta de dados.

Para evidência, como estão sendo divulgadas informações sobre o valor justo nas demonstrações contábeis das empresas de capital aberto listadas na BM&FBOVESPA, foi elaborado o questionário representado pelo quadro 3 instrumento de coleta de dados que traz em seu conteúdo perguntas relacionadas ao CPC 46 (2012):

QUADRO 3 - Instrumento de coleta de dados

Evidenciação do CPC 46 Mensuração do Valor Justo			
N °	Obrigações	Sim	Não
1	São evidenciadas as técnicas de avaliação utilizadas para desenvolver as mensurações dos ativos?		
2	São evidenciadas as técnicas de avaliação utilizadas para desenvolver as mensurações dos passivos?		
3	Para a mensuração do valor justo utilizando informações de Nível 3 é evidenciado o efeito sobre o lucro ou a perda ou outro rendimento integral do período?		

...continua...

...continuação...

4	Para mensurações recorrentes (comuns) é divulgada a mensuração no final do período em análise?
5	Para mensurações não-recorrentes são divulgadas as razões para a mensuração?
6	Foram feitas transferências de níveis 1 e 2 de hierarquia?
7	Para a mensuração classificada em nível 2, foi evidenciada a descrição da técnica de avaliação utilizada?
8	Para a mensuração classificada em nível 3, foi evidenciada a descrição da técnica de avaliação utilizada?
9	Foram feitas transferências de níveis 2 e 3 de hierarquia?
10	Para a mensuração classificada em nível 3, foram fornecidas informações quantitativas sobre as contribuições significativas não observáveis utilizadas na mensuração?

Fonte: CPC 46 (2012).

Questionário aplicado em pesquisa é considerado uma ferramenta de coleta de dados, tendo sua confecção executada pelo pesquisador com linguagem simples e direta para melhor sua compreensão pelo interrogado (KAUARK; MANHÃES; MEDEIROS, 2010).

Os quesitos acima foram contestados seguindo a aplicação do sistema de numeração binária. Almeida (2013) dispõe que sistema binário é apresentado somente por dois dígitos como, por exemplo, dígito “0” e “1”, o sistema binário é muito utilizado por profissionais que atuam na área de tecnologia na criação de programas, sendo uma importante ferramenta utilizada na estrutura de equipamentos eletrônicos como calculadora ou computadores, uma vez que os circuitos digitais são constituídos por elementos dotados de dois estados distintos, como por exemplo, aberto ou fechado, sim ou não.

Após a tabulação dos dados, a partir do código binário, foram feitas médias ou porcentagens para atribuição de um índice que foi 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”.

De acordo com Alzina, Sarriera e Martinez (2004), quartis é uma forma de dividir em partes menores ou iguais, a população que será analisada, buscando calcular o valor que ocupa cada população. O quartil é dividido em quatro partes correspondentes a 25% para cada parte, sendo o quartil 1 representado de 0% a 25%, quartil 2 de 25,01% a 50%, quartil 3 de 50,01% a 75%, quartil 4 de 75,01 a 100%.

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 é menor 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 (Q4) é o valor acima do limite do terceiro quartil até o limite do quarto, conforme quadro 4 a seguir:

QUADRO 4 - Classificação dos Quartis

1° Quartil	2° Quartil	3° Quartil	4° Quartil
0% a 25%	25,1% a 50%	50,01% a 75%	75,01% a 100%
 Ruim	 Regular	 Bom	 Ótimo

Fonte: Elaborado pelo autor, 2016.

Bardin (1977, p. 18) diz que análise de conteúdo é “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”, com isso, esta pesquisa foi norteadada pela prática de coleta de dados de conteúdo constituindo um formato de diálogo verbal e não verbal.

Para a coleta de dados, utilizou-se o método de análise de conteúdo. Gil (2002) deixa claro que para a interpretação da informação, é necessário criar o método de análise, que parte de pesquisas quantitativas para chegar a elementos indispensáveis para a explicação dos dados, após a seleção das informações há a classificação e estudo do conteúdo e, por fim, as explicações dos dados para averiguar se respondeu ao problema da pesquisa.

4 RESULTADOS E ANÁLISE DOS DADOS

4.1 PERCENTUAIS DE DIVULGAÇÃO DAS EMPRESAS COMPONENTES DA AMOSTRA

Foram avaliadas as demonstrações contábeis das 50 empresas em número de ações que compõem a amostra com o propósito de constatar se estas divulgam os quesitos mínimos obrigatórios de divulgação do CPC 46 (2012).

Buscando um melhor juízo em relação aos dados oferecidos pelas demonstrações contábeis das 50 maiores empresas em número de ações listadas na BM&FBOVESPA, utilizou-se o software Microsoft Office Excel, como ferramenta para controverter os dados.

Microsoft Office Excel é um software que auxilia os usuários como ferramenta para geração de planilhas podendo o usuário alterar sua interface conforme sua necessidade (PACIEVITCH, 2015), com isso, foram analisados os 10 quesitos elaborados através dos itens obrigatório de divulgação, contidos no Comitê de Pronunciamentos Contábeis CPC 46 (2012).

Posteriormente, as análises dos quesitos pela metodologia de classificação com os números 0 ou 1, sendo que 0 para respostas negativas e 1 para respostas positivas, foram então adicionadas as respostas positivas e o seu total transformado em porcentagem.

A classificação da qualidade dos quesitos por meio de quartis oferece informações para fundamentação da análise. A classificação da qualidade está pré-estabelecida conforme segue, para a classificação “Ruim”, com porcentagens entre 0,00% a 11,00%, para a “Regular”, com porcentagens entre 11,01% a 60,00% e o “Bom”, com porcentagens entre 60,01% a 85,00% e, para “Ótimo”, com porcentagens entre 85,01% a 100,00%, conforme tabela 1, seguem abaixo:

TABELA 1 - Classificação dos Quartis para os quesitos

Definição dos Quartis		
Quartil 1	0,00 a 11,00%	Ruim
Quartil 2	11,01 a 60,00%	Regular
Quartil 3	60,01 a 85,00%	Bom
Quartil 4	85,01 a 100,00%	Ótimo

Fonte: Elaborado pelo Autor, 2016.

Conforme apresentado na Tabela 2, identificaram-se os quesitos que apresentaram uma maior média percentual de divulgação pelas empresas. O quesito de nº 1 que evidencia as técnicas utilizadas para mensurar os ativos e o quesito nº 2 que evidencia as técnicas utilizadas para mensurar os passivos, com percentual médio de 99% de divulgação ficando classificados com ótimo.

O quesito de nº 5 que evidencia a mensuração não recorrente no final do período que chegou a média de 85% de divulgação ficando classificado como bom, seguido pelo quesito de nº 4 que evidencia se a mensuração recorrente é evidenciada no final do período chegou à média de 77% de divulgação, ficando classificado como bom e também, tem o quesito de nº 7 que evidencia se a técnica de avaliação utilizada para informação de nível 2 foi evidenciada que ficou com média de divulgação de 71% ficando classificado como bom.

Por outro lado, obteve-se o quesito de nº 8 que evidencia se houve a descrição utilizada para técnica de avaliação de informação de nível 3, uma média de divulgação de 59% ficando classificada como regular, acompanhado do quesito nº 3 que evidencia se a mensuração de nível 3 é apurada no lucro ou prejuízo do período que teve uma média de divulgação de 21% ficando classificada como regular, seguido do quesito de nº 6 que evidencia se foram feitas transferências de nível 1 e 2 de hierarquia que obteve média de divulgação de 11% ficando classificado em ruim. Na sequência, vem o quesito de nº 10 que evidencia se para mensuração de nível 3 foi fornecida informação utilizada na mensuração que obteve uma média de 11% ficando classificado como ruim e por último o quesito nº 9 que evidencia se foram feitas transferências de nível 2 para nível 3 que apresentou resultado médio de divulgação de 8% ficando classificado com ruim, conforme apresentado na Tabela 2:

TABELA 2 - Classificação da qualidade dos quesitos apurados por quartis

Quesitos	2013	2014	2015	Média	Classificação			
1	100%	Ótimo	98%	Ótimo	98%	Ótimo	99%	Ótimo
2	100%	Ótimo	98%	Ótimo	98%	Ótimo	99%	Ótimo
3	8%	Ruim	34%	Regular	22%	Regular	21%	Regular
4	78%	Bom	76%	Bom	78%	Bom	77%	Bom
5	82%	Bom	86%	Ótimo	86%	Ótimo	85%	Bom
6	14%	Ruim	8%	Ruim	10%	Ruim	11%	Ruim
7	72%	Bom	72%	Bom	70%	Bom	71%	Bom
8	48%	Regular	80%	Bom	50%	Regular	59%	Regular
9	8%	Ruim	8%	Ruim	8%	Ruim	8%	Ruim
10	0%	Ruim	24%	Regular	10%	Ruim	11%	Ruim

Fonte: Elaborado pelo Autor, 2016.

Para apresentação e classificação do nível de divulgação de acordo com os quesitos respondidos pelas empresas, foi efetuado a classificação dos quesitos com base no percentual dos quesitos respondidos dos três anos em conjunto, conforme segue na tabela 3 a classificação pré-estabelecida da seguinte forma, para classificação “Ruim”, a porcentagem é 0,00% a 40,00%, para classificação “Regular”, a porcentagem é de 40,01% a 50,00%, para classificação “Bom”, a porcentagem é de 50,01% a 70,00% e para classificação “Ótima”, a porcentagem é de 70,01% a 100%, representados pela tabela 3, que segue abaixo:

TABELA 3 - Definição dos quartis para os índices de divulgação

Definição dos Quartis		
Quartil 1	0,00 a 40,00%	Ruim
Quartil 2	40,01 a 50,00%	Regular
Quartil 3	50,01 a 70,00%	Bom
Quartil 4	70,01 a 100%	Ótimo

Fonte: Elaborado pelo Autor, 2016.

Definida a classificação da divulgação das empresas através dos quartis, igualmente, foram analisados os percentuais de divulgação das empresas e classificados conforme determinado no quadro 5, apresentado abaixo:

QUADRO 5 – Divulgação das empresas anual

Nome da Empresa	Divulgação Anual							Média	
	2013		2014		2015				
PETROLEO BRASILEIRO S.A. PETROBRAS	90%	Ótimo	100%	Ótimo	90%	Ótimo	93%	Ótimo	
CIA PIRATININGA DE FORÇA E LUZ	70%	Bom	90%	Ótimo	90%	Ótimo	83%	Ótimo	
VALE S.A.	80%	Ótimo	90%	Ótimo	80%	Ótimo	83%	Ótimo	
BB SEGURIDADE PARTICIPAÇÕES S.A.	70%	Bom	80%	Ótimo	70%	Bom	73%	Ótimo	
BCO BRADESCO S.A.	70%	Bom	80%	Ótimo	70%	Bom	73%	Ótimo	
BCO BRASIL S.A.	70%	Bom	70%	Bom	80%	Ótimo	73%	Ótimo	
RAIZEN ENERGIA S.A.	70%	Bom	80%	Ótimo	70%	Bom	73%	Ótimo	
BANDEIRANTE ENERGIA S.A.	70%	Bom	70%	Bom	70%	Bom	70%	Bom	
KLABIN S.A.	60%	Bom	80%	Ótimo	70%	Bom	70%	Bom	
NEOENERGIA S.A.	60%	Bom	80%	Ótimo	70%	Bom	70%	Bom	
WHIRLPOOL S.A.	70%	Bom	70%	Bom	70%	Bom	70%	Bom	
CEMIG GERACAO E TRANSMISSAO S.A.	60%	Bom	70%	Bom	70%	Bom	67%	Bom	
LIGHT SERVICOS DE ELETRICIDADE S.A.	60%	Bom	70%	Bom	70%	Bom	67%	Bom	
CPFL GERACAO DE ENERGIA S.A.	60%	Bom	80%	Ótimo	50%	Regular	63%	Bom	
CTX PARTICIPAÇÕES S.A.	60%	Bom	70%	Bom	60%	Bom	63%	Bom	
CONC DO AEROPORTO INTERNACIONAL DE GUARULHOS S.A.	50%	Regular	70%	Bom	60%	Bom	60%	Bom	
COSAN LOGISTICA S.A.	50%	Regular	70%	Bom	60%	Bom	60%	Bom	
HOPI HARI S.A.	60%	Bom	60%	Bom	60%	Bom	60%	Bom	
ITAUSA INVESTIMENTOS ITAU S.A.	60%	Bom	60%	Bom	60%	Bom	60%	Bom	
ALL AMERICA LATINA LOGISTICA S.A.	50%	Regular	60%	Bom	60%	Bom	57%	Bom	
AMBEV S.A.	60%	Bom	50%	Regular	60%	Bom	57%	Bom	
CEMIG DISTRIBUICAO S.A.	60%	Bom	50%	Regular	60%	Bom	57%	Bom	
JBS S.A.	50%	Regular	60%	Bom	60%	Bom	57%	Bom	
CCR S.A.	60%	Bom	60%	Bom	50%	Regular	57%	Bom	
CONC AUTO RAPOSO TAVARES S.A.	60%	Bom	60%	Bom	50%	Regular	57%	Bom	
CONC ROD.OESTE SP VIAOESTE S.A	60%	Bom	60%	Bom	50%	Regular	57%	Bom	
CONC RODOVIAS DO TIETÊ S.A.	40%	Ruim	60%	Bom	60%	Bom	53%	Bom	
KROTON EDUCACIONAL S.A.	50%	Regular	50%	Regular	60%	Bom	53%	Bom	
AES TIETE ENERGIA SA	50%	Regular	50%	Regular	50%	Regular	50%	Regular	

...continua...

...continuação...

BMFBOVESPA S.A. BOLSA VALORES MERC FUT	50%	Regular	50%	Regular	50%	Regular	50%	Regular
GERDAU S.A.	50%	Regular	50%	Regular	50%	Regular	50%	Regular
GOL LINHAS AEREAS INTELIGENTES S.A.	50%	Regular	50%	Regular	50%	Regular	50%	Regular
TELEFÔNICA BRASIL S.A	50%	Regular	50%	Regular	50%	Regular	50%	Regular
TIM PARTICIPACOES S.A.	50%	Regular	50%	Regular	50%	Regular	50%	Regular
CIELO S.A.	40%	Ruim	50%	Regular	50%	Regular	47%	Regular
ITAU UNIBANCO HOLDING S.A.	50%	Regular	40%	Ruim	50%	Regular	47%	Regular
ALL - AMÉRICA LATINA LOGÍSTICA MALHA PAULISTA S.A.	40%	Ruim	40%	Ruim	50%	Regular	43%	Regular
REDE ENERGIA S.A.	50%	Regular	40%	Ruim	40%	Ruim	43%	Regular
ZAIN PARTICIPACOES S.A.	40%	Ruim	50%	Regular	40%	Ruim	43%	Regular
CENTRAIS ELET DO PARA S.A. - CELPA	40%	Ruim	40%	Ruim	40%	Ruim	40%	Ruim
FERROVIA CENTRO-ATLANTICA S.A.	40%	Ruim	40%	Ruim	40%	Ruim	40%	Ruim
SANTO ANTONIO ENERGIA S.A.	40%	Ruim	40%	Ruim	40%	Ruim	40%	Ruim
WEG S.A.	40%	Ruim	40%	Ruim	40%	Ruim	40%	Ruim
BCO BTG PACTUAL S.A.	20%	Ruim	30%	Ruim	30%	Ruim	27%	Ruim
INVITEL LEGACY S.A.	20%	Ruim	30%	Ruim	20%	Ruim	23%	Ruim
BCO AMAZONIA S.A.	20%	Ruim	20%	Ruim	20%	Ruim	20%	Ruim
BCO SANTANDER (BRASIL) S.A.	20%	Ruim	20%	Ruim	20%	Ruim	20%	Ruim
NEWTEL PARTICIPACOES S.A.	20%	Ruim	20%	Ruim	20%	Ruim	20%	Ruim
SUL 116 PARTICIPACOES S.A.	20%	Ruim	20%	Ruim	20%	Ruim	20%	Ruim
DIBENS LEASING S.A. - ARREND.MERCANTIL	20%	Ruim	0%	Ruim	0%	Ruim	7%	Ruim
MÉDIA PERCENTUAL DE DIVULGAÇÃO ANUAL	50%	Regular	55%	Bom	50%	Regular	52%	Bom

Fonte: Elaborado pelo Autor, 2016.

Com a tabulação dos dados realizados no quadro 5, notou-se que as empresas PETROLEO BRASILEIRO S.A. PETROBRAS, CIA PIRATININGA DE FORCA E LUZ , VALE S.A, BB SEGURIDADE PARTICIPAÇÕES S.A, BCO BRADESCO S.A, BCO BRASIL S.A, RAIZEN ENERGIA S.A, BANDEIRANTE ENERGIA S.A, KLABIN S.A, NEOENERGIA S.A, WHIRLPOOL S.A, exibiram 70% ou mais de divulgação, com destaque para PETROLEO BRASILEIRO S.A. PETROBRAS com média percentual de 93%, as empresas CIA PIRATININGA DE FORCA E LUZ e VALE S.A com média percentual de

83%, BB SEGURIDADE PARTICIPAÇÕES S.A, BCO BRADESCO S.A, BCO BRASIL S.A e RAIZEN ENERGIA S.A com média percentual de 73% e BANDEIRANTE ENERGIA S.A, KLabin S.A, NEOENERGIA S.A e WHIRLPOOL S.A com média percentual de 70%, respectivamente.

Para apresentação do nível de divulgação de acordo com setor de atuação de cada empresa, segue a tabela 4 com a classificação pré-estabelecida da seguinte forma: para classificação “Ruim”, a porcentagem é 0,00% a 50,00%, para classificação “Regular”, a porcentagem é de 50,01% a 55,00%, para classificação “Bom”, a porcentagem é de 55,01% a 63,00% e para classificação “Ótima”, a porcentagem é de 63,01% a 100%, representados pela tabela 4, que segue abaixo:

TABELA 4 - Definição dos quartis para os índices de divulgação por setor de atuação

Definição dos Quartis		
Quartil 1	0,00 a 50,00%	Ruim
Quartil 2	50,01 a 55,00%	Regular
Quartil 3	55,01 a 63,00%	Bom
Quartil 4	63,01 a 100%	Ótimo

Fonte: Elaborado pelo Autor, 2016.

Com a definição e classificação dos percentuais através dos quartis, igualmente, foram analisados os quartis em relação aos percentuais de divulgação das empresas pelo setor de atuação.

Foi considerado as empresas listadas na BM&FBOVESPA em cada setor de atuação na data de 05 de junho de 2016, descartando a possibilidade de haver qualquer alteração após esta data, conforme quadro 6, apresentado abaixo:

QUADRO 6 - Classificação da divulgação das empresas por setor de atuação até 05/06/2016

Setor de Atuação	2013		2014		2015		MÉDIA	
PETRÓLEO GÁS E BIOCOMBUSTÍVEIS	90%	Ótimo	100%	Ótimo	90%	Ótimo	93%	Ótimo
MATERIAIS BÁSICOS	63%	Bom	73%	Ótimo	67%	Ótimo	68%	Ótimo
CONSUMO CÍCLICO	60%	Bom	60%	Bom	63%	Bom	61%	Bom
UTILIDADE PÚBLICA	58%	Bom	64%	Ótimo	61%	Bom	61%	Bom
CONSUMO NÃO CÍCLICO	55%	Regular	55%	Regular	60%	Bom	57%	Bom
BENS INDUSTRIAIS	49%	Ruim	55%	Regular	52%	Regular	52%	Regular
NÃO CLASSIFICADOS	50%	Ruim	55%	Regular	50%	Ruim	52%	Regular
TELECOMUNICAÇÕES	50%	Ruim	50%	Ruim	50%	Ruim	50%	Ruim
FINANCEIRO E OUTROS	39%	Ruim	41%	Ruim	40%	Ruim	40%	Ruim

Fonte: Elaborado pelo Autor, 2016.

O percentual médio de divulgação das empresas analisadas pelo setor de atuação apresentou os seguintes resultados. O setor de petróleo gás e biocombustível composto pela empresa PETROLEO BRASILEIRO S.A. PETROBRAS, apresentaram um percentual médio de divulgação de 93%. O setor de materiais básicos composto pelas empresas GERDAU S.A, KLABIN S.A e VALE S.A, apresentaram um percentual médio de divulgação de 68%. O setor de consumo cíclico composto pelas empresas HOPI HARI S.A, KROTON EDUCACIONAL S.A e WHIRLPOOL S.A, apresentaram um percentual médio de divulgação de 61%. O setor de utilidade pública composto pelas empresas AES TIETE ENERGIA AS, BANDEIRANTE ENERGIA S.A, CEMIG DISTRIBUICAO S.A, CEMIG GERACAO E TRANSMISSAO S.A, CENTRAIS ELET DO PARA S.A. – CELPA, CIA PIRATININGA DE FORCA E LUZ, CPFL GERACAO DE ENERGIA S.A, LIGHT SERVICOS DE ELETRICIDADE S.A, NEOENERGIA S.A e REDE ENERGIA S.A, apresentaram um percentual médio de divulgação de 61%. O setor de consumo não cíclico composto pelas empresas AMBEV S.A, JBS S.A e RAIZEN ENERGIA S.A, apresentaram um percentual médio de 57%. O setor de bens industriais composto pelas empresas ALL - AMÉRICA LATINA LOGÍSTICA MALHA PAULISTA S.A, ALL AMERICA LATINA LOGISTICA S.A, CCR S.A, CONC AUTO RAPOSO TAVARES S.A, CONC DO AEROPORTO INTERNACIONAL DE GUARULHOS S.A, CONC ROD.OESTE SP VIAOESTE S.A, CONC RODOVIAS DO TIETÊ S.A, COSAN LOGISTICA S.A, FERROVIA CENTRO-ATLANTICA S.A, GOL LINHAS AEREAS INTELIGENTES S.A e WEG S.A, apresentaram um percentual médio de divulgação de 52%. O setor de não classificadas composto pelas empresas CTX PARTICIPAÇÕES S.A e SANTO ANTONIO

ENERGIA S.A, apresentaram um percentual médio de 52%. O setor de telecomunicações composto pelas empresas TELEFÔNICA BRASIL S.A e TIM PARTICIPACOES S.A, apresentaram um percentual médio de 50% e, por último, o setor financeiro e outros composto pelas empresas BB SEGURIDADE PARTICIPAÇÕES S.A, BCO AMAZONIA S.A, BCO BRADESCO S.A, BCO BRASIL S.A, BCO BTG PACTUAL S.A, BCO SANTANDER (BRASIL) S.A, BMFBOVESPA S.A. BOLSA VALORES MERC FUT, CIELO S.A, DIBENS LEASING S.A. - ARREND.MERCANTIL, INVITEL LEGACY S.A, ITAU UNIBANCO HOLDING S.A, ITAUSA INVESTIMENTOS ITAU S.A, NEWTEL PARTICIPACOES S.A, SUL 116 PARTICIPACOES S.A e ZAIN PARTICIPACOES S.A, que apresentaram um percentual médio de divulgação de 40%.

4.2 FATORES QUE INFLUENCIAM AS DIVULGAÇÕES DAS EMPRESAS

Foi efetuada a comparação dos fatores que poderiam influenciar as informações através do percentual de divulgação conforme o tamanho das empresas, o grau de endividamento e auditoria.

O tamanho das empresas tem influência na quantidade de informação a serem avaliadas das empresas e também na qualidade das informações geradas (RAMOS, CUNHA, 2012).

O endividamento total evidencia a forma de aquisição dos recursos das empresas, apresentando o grau de dependência dos recursos de terceiros para se manter em operação (TANAKA, 2015).

Através das auditorias, e feito questionamentos sobre a situação patrimonial das empresas e sua gestão, a situação financeira, os cuidados contra erros e fraudes e ponderações a respeito de casos específicos de cada empresa (SÁ, 2007).

O primeiro fator analisado foi o tamanho das empresas, para isso, o tamanho foi medido através do cálculo da média do ativo total de cada empresa.

A média encontrada para classificar o tamanho das empresas foi de R\$ 15.600.176,50, sendo assim, foram consideradas empresas maiores aquelas que apresentaram ativos totais maiores ou iguais à mediana encontrada, e foram consideradas empresas menores aquelas que apresentaram ativos totais menores que a mediana.

O quadro 7 apresenta o percentual de divulgação das empresas maiores de acordo com a mediana encontrada:

QUADRO 7 - Divulgação por tamanho das empresas – Empresas Maiores

Empresas Maiores	Média Tamanho do Ativo	Média de Divulgação Anual	Média Divulgação Empresas Maiores
BCO BRASIL S.A.	1.278.136.948,00	73%	
ITAU UNIBANCO HOLDING S.A.	1.127.203.000,00	47%	
BCO BRADESCO S.A.	930.451.016,00	73%	
PETROLEO BRASILEIRO S.A. PETROBRAS	793.375.000,00	93%	
BCO SANTANDER (BRASIL) S.A.	520.230.910,00	20%	
VALE S.A.	309.415.532,00	83%	
DIBENS LEASING S.A. - ARREND.MERCANTIL	161.459.129,00	7%	
BCO BTG PACTUAL S.A.	157.712.093,00	27%	
JBS S.A.	82.315.588,00	57%	
TELEFÔNICA BRASIL S.A	73.065.288,00	50%	
AMBEV S.A.	72.143.203,00	57%	
GERDAU S.A.	63.042.330,00	50%	
ITAUSA INVESTIMENTOS ITAU S.A.	48.594.000,00	60%	57%
TIM PARTICIPACOES S.A.	32.343.144,00	50%	
BMFBOVESPA S.A. BOLSA VALORES MERC FUT	25.693.622,00	50%	
NEOENERGIA S.A.	22.113.232,00	70%	
SANTO ANTONIO ENERGIA S.A.	21.908.932,00	40%	
KLABIN S.A.	21.173.855,00	70%	
CIELO S.A.	18.679.674,00	47%	
RAIZEN ENERGIA S.A.	17.872.223,00	73%	
CCR S.A.	17.223.176,00	57%	
AES TIETE ENERGIA SA	16.573.460,00	50%	
CONC DO AEROPORTO INTERNACIONAL DE GUARULHOS S.A.	16.484.697,00	60%	
CPFL GERACAO DE ENERGIA S.A.	16.152.794,00	63%	
ALL AMERICA LATINA LOGISTICA S.A.	15.714.173,00	57%	

Fonte: Elaborado pelo Autor, 2016.

Em seguida vem o quadro 8 apresentando o percentual de divulgação das empresas menores de acordo com a mediana encontrada:

QUADRO 8 - Divulgação por tamanho das empresas – Empresas Menores

Empresas Menores	Média Tamanho do Ativo Anual	Média de Divulgação Anual	Média Divulgação Empresas Menores
KROTON EDUCACIONAL S.A.	15.486.180,00	53%	
CEMIG DISTRIBUICAO S.A.	13.864.840,00	57%	
CEMIG GERACAO E TRANSMISSAO S.A.	12.378.036,00	67%	
BCO AMAZONIA S.A.	12.083.092,00	20%	
REDE ENERGIA S.A.	11.915.788,00	43%	
WEG S.A.	11.782.630,00	40%	
LIGHT SERVICOS DE ELETRICIDADE S.A.	10.929.522,00	67%	
BB SEGURIDADE PARTICIPAÇÕES S.A.	10.382.681,00	73%	
GOL LINHAS AEREAS INTELIGENTES S.A.	10.368.397,00	50%	
WHIRLPOOL S.A.	6.551.278,00	70%	
CENTRAIS ELET DO PARA S.A. - CELPA	6.044.392,00	40%	
ALL - AMÉRICA LATINA LOGÍSTICA MALHA PAULISTA S.A.	4.768.325,00	43%	53%
FERROVIA CENTRO-ATLANTICA S.A.	4.383.432,00	40%	
CIA PIRATININGA DE FORCA E LUZ	3.046.725,00	83%	
BANDEIRANTE ENERGIA S.A.	2.769.806,00	70%	
COSAN LOGISTICA S.A.	2.584.860,00	60%	
CONC AUTO RAPOSO TAVARES S.A.	2.299.262,00	57%	
CONC RODOVIAS DO TIETÊ S.A.	1.405.048,00	53%	
CONC ROD.OESTE SP VIAOESTE S.A	1.396.635,00	57%	
HOPI HARI S.A.	285.303,00	60%	
CTX PARTICIPAÇÕES S.A.	225.679,00	63%	
NEWTEL PARTICIPACOES S.A.	61.940,00	20%	
SUL 116 PARTICIPACOES S.A.	12.293,00	20%	
ZAIN PARTICIPACOES S.A.	4.822,00	43%	
INVITEL LEGACY S.A.	656,00	23%	
MEDIANA TAMANHO DAS EMPRESAS	15.600.176,50		

Fonte: Elaborado pelo Autor, 2016.

Feita a tabulação dos dados das empresas maiores e menores, foram calculados os percentuais médios de divulgação das empresas maiores e menores conforme o tamanho dos ativos.

As empresas maiores tiveram ativos igual ou maior que R\$ 15.600.175,50, e tiveram um percentual de divulgação de 57%.

As empresas menores tiveram ativos menores que R\$ 15.600.175,49, e alcançaram um percentual de divulgação de 53%. Nota-se que as empresas maiores tiveram o percentual de

divulgação maior que as empresas menores, ou seja, o fator tamanho das empresas influenciaram na divulgação das informações do CPC 46 (2012) nas demonstrações das empresas analisadas.

O outro fator que poderia influenciar na divulgação das empresas é o tamanho do endividamento. O tamanho do endividamento foi medido através da divisão do passivo exigível e o ativo total da empresa, após esta apuração, foi calculada a mediana que resultou no valor de 70%, sendo assim, foi possível encontrar as empresas com maior ou menor endividamento.

Empresa com endividamento igual ou superior a 70% foi considerada empresa com maior endividamento, conforme apresentado no quadro 9 a seguir:

QUADRO 9 - Divulgação por tamanho do endividamento das empresas – Maior Endividamento

Empresas Com Maior Endividamento	Média Endividamento Anual	Média Divulgação Anual	Média de Divulgação Maior Endividamento
CTX PARTICIPAÇÕES S.A.	100%	63%	
HOPI HARI S.A.	100%	60%	
GOL LINHAS AEREAS INTELIGENTES S.A.	100%	50%	
DIBENS LEASING S.A. - ARREND.MERCANTIL	98%	7%	
ALL - AMÉRICA LATINA LOGÍSTICA MALHA PAULISTA S.A.	95%	43%	
BCO BRASIL S.A.	94%	73%	
CONC DO AEROPORTO INTERNACIONAL DE GUARULHOS S.A.	94%	60%	
ITAU UNIBANCO HOLDING S.A.	92%	47%	
BCO BRADESCO S.A.	91%	73%	57%
BCO BTG PACTUAL S.A.	90%	27%	
BCO SANTANDER (BRASIL) S.A.	90%	20%	
CONC RODOVIAS DO TIETÊ S.A.	90%	53%	
CENTRAIS ELET DO PARA S.A. - CELPA	88%	40%	
BCO AMAZONIA S.A.	86%	20%	
ALL AMERICA LATINA LOGISTICA S.A.	85%	57%	
CIA PIRATININGA DE FORÇA E LUZ	85%	83%	
CEMIG DISTRIBUICAO S.A.	82%	57%	
CONC AUTO RAPOSO TAVARES S.A.	80%	57%	
CCR S.A.	79%	57%	
CONC ROD.OESTE SP VIAOESTE S.A	78%	57%	

...continua...

...continuação...

LIGHT SERVICOS DE ELETRICIDADE S.A.	77%	67%
CIELO S.A.	75%	47%
REDE ENERGIA S.A.	75%	43%
CPFL GERACAO DE ENERGIA S.A.	73%	63%
SANTO ANTONIO ENERGIA S.A.	71%	40%

Fonte: Elaborado pelo Autor, 2016.

Empresa com endividamento menor de 70%, foram consideradas como empresas menor endividadas, conforme apresentado no quadro 10 a seguir:

QUADRO 10 - Divulgação por tamanho do endividamento das empresas – Menor Endividamento

Empresas Com Menor Endividamento	Média Endividamento Anual	Média Divulgação Anual	Média de Divulgação Menor Endividamento
CEMIG GERACAO E TRANSMISSAO S.A.	69%	67%	
JBS S.A.	69%	57%	
KLABIN S.A.	67%	70%	
BANDEIRANTE ENERGIA S.A.	66%	70%	
FERROVIA CENTRO-ATLANTICA S.A.	64%	40%	
RAIZEN ENERGIA S.A.	63%	73%	
WHIRLPOOL S.A.	63%	70%	
AES TIETE ENERGIA SA	61%	50%	
PETROLEO BRASILEIRO S.A. PETROBRAS	61%	93%	
NEOENERGIA S.A.	56%	70%	
WEG S.A.	56%	40%	
TIM PARTICIPACOES S.A.	52%	50%	
VALE S.A.	52%	83%	
COSAN LOGISTICA S.A.	49%	60%	57%
GERDAU S.A.	47%	50%	
NEWTTEL PARTICIPACOES S.A.	46%	20%	
AMBEV S.A.	40%	57%	
TELEFÔNICA BRASIL S.A	38%	50%	
KROTON EDUCACIONAL S.A.	26%	53%	
BMFBOVESPA S.A. BOLSA VALORES MERC FUT	25%	50%	
BB SEGURIDADE PARTICIPAÇÕES S.A.	24%	73%	
ITAUSA INVESTIMENTOS ITAU S.A.	13%	60%	
INVITEL LEGACY S.A.	0%	23%	
SUL 116 PARTICIPACOES S.A.	0%	20%	
ZAIN PARTICIPACOES S.A.	0%	43%	
MEDIANA DO GRAU DE ENDIVIDAMENTO	70%		

Fonte: Elaborado pelo Autor, 2016.

Após classificação dos dados por quantidade de endividamento, foi analisado o percentual de divulgação das empresas com relação ao fator de endividamento. O resultado de divulgação apresentado pelas empresas com maior endividamento foi de 57%, e o percentual de divulgação das empresas com menor endividamento também ficou em 57%, ou seja, o fator endividamento nesta pesquisa não influenciou na divulgação das empresas analisadas.

Por último, foi analisado o fator auditoria. Para classificação do fator auditoria, foi medida através de variável dicotômica considerando as grandes empresas de auditoria denominadas *big four*, ou seja, para as empresas auditadas pelas *big four* foi atribuído valor 1 (um) e para as empresas auditadas pelas demais empresas de auditoria foi atribuído valor 0 (zero).

Empresas como Delloite, Ernst Young, KPMG e Pricewaterhousecoopers, atuam no ramo de auditoria independente e são denominadas as *big four* (CARIDE, 2015).

A seguir no quadro 11, apresenta o percentual de divulgação das empresa auditada:

QUADRO 11 - Divulgação por variável auditoria das empresas – Empresas Auditadas

Empresas Auditadas	Variável de Auditoria	Média Divulgação Anual	Média Divulgação Empresas Auditadas
AES TIETE ENERGIA SA	1	50%	
ALL - AMÉRICA LAT. LOGÍSTICA MALHA PAULISTA S.A	1	40%	
ALL AMERICA LATINA LOGISTICA S.A.	1	60%	
AMBEV S.A.	1	60%	
BANDEIRANTE ENERGIA S.A.	1	70%	
BB SEGURIDADE PARTICIPAÇÕES S.A.	1	70%	
BCO AMAZONIA S.A.	1	20%	
BCO BRADESCO S.A.	1	70%	
BCO BRASIL S.A.	1	70%	
BCO BTG PACTUAL S.A.	1	30%	60%
BCO SANTANDER (BRASIL) S.A.	1	20%	
BMFBOVESPA S.A. BOLSA VALORES MERC FUT	1	50%	
CCR S.A.	1	60%	
CEMIG DISTRIBUICAO S.A.	1	60%	
CEMIG GERACAO E TRANSMISSAO S.A.	1	70%	
CENTRAIS ELET DO PARA S.A. - CELPA	1	40%	
CIA PIRATININGA DE FORCA E LUZ	1	90%	
CIELO S.A.	1	50%	
CONC AUTO RAPOSO TAVARES S.A.	1	60%	

...continua...

...continuação...

CONC DO AEROPORTO INT. DE GUARULHOS S.A	1	60%
CONC ROD.OESTE SP VIAOESTE S.A	1	60%
CONC RODOVIAS DO TIETÊ S.A.	1	60%
COSAN LOGISTICA S.A.	1	60%
CPFL GERACAO DE ENERGIA S.A.	1	60%
GERDAU S.A.	1	50%
GOL LINHAS AEREAS INTELIGENTES S.A.	1	50%
ITAU UNIBANCO HOLDING S.A.	1	50%
ITAUSA INVESTIMENTOS ITAU S.A.	1	60%
JBS S.A.	1	60%
KLABIN S.A.	1	70%
KROTON EDUCACIONAL S.A.	1	50%
LIGHT SERVICOS DE ELETRICIDADE S.A.	1	70%
NEOENERGIA S.A.	1	70%
PETROLEO BRASILEIRO S.A. PETROBRAS	1	90%
RAIZEN ENERGIA S.A.	1	70%
SANTO ANTONIO ENERGIA S.A.	1	40%
TIM PARTICIPACOES S.A.	1	50%
VALE S.A.	1	80%
WEG S.A.	1	40%
FERROVIA CENTRO-ATLANTICA S.A.	1	40%
HOPI HARI S.A.	1	60%
REDE ENERGIA S.A.	1	40%

Fonte: Elaborado pelo Autor, 2016.

A seguir no quadro 12, apresenta o percentual de divulgação das empresa auditada:

QUADRO 12 - Divulgação por variável auditoria das empresas – Empresas Não Auditadas

Empresas Não Auditada	Variável de Auditoria	Média Divulgação Anual	Média Divulgação Empresas Não Auditadas
TELEFÔNICA BRASIL S.A	0	50%	30%
CTX PARTICIPAÇÕES S.A.	0	60%	
DIBENS LEASING S.A. - ARREND.MERCANTIL	0	0%	
INVITEL LEGACY S.A.	0	20%	
NEWTEL PARTICIPACOES S.A.	0	20%	
SUL 116 PARTICIPACOES S.A.	0	20%	
WHIRLPOOL S.A.	0	70%	
ZAIN PARTICIPACOES S.A.	0	40%	

Fonte: Elaborado pelo Autor, 2016.

Feita a classificação dos dados através do fator auditoria, foi analisado o percentual médio de divulgação das empresas auditadas pelas *big for* e, também as empresas auditadas pelas demais empresas de auditoria. O percentual médio de divulgação encontrado nas empresas auditadas pelas *big for* foi de 60%, contra um percentual médio de divulgação das empresas auditadas pelas demais empresas de auditoria de 30%, sendo assim, o fator auditoria têm influência significativa nos resultados, podendo este fator contribuir na aplicação do CPC 46 (2012) nas empresas.

Assim sendo, o fator endividamento das empresas não influencia na forma de como as empresa estão aplicando o CPC 46 (2012) em suas demonstrações contábeis. Já os fatores tamanho da empresa e empresas de auditoria tem grande influência na aplicação do CPC 46 (2012) das empresas analisadas, mostrando que é possível melhorar a divulgação da mensuração do valor justo nas empresas analisadas

5 LIMITAÇÕES DA PESQUISA

Em se tratando de pesquisa, sempre haverá restrições, entre as restrições podemos citar a subjetividade do pesquisador na coleta e análise dos dados, esta subjetividade tem impacto direto na elaboração dos índices e percentuais apurados na pesquisa (MORAES, 2014).

Esta pesquisa apresentou algumas limitações com relação à análise dos quesitos na coleta de dados, alguns relatórios não apresentaram as informações de forma clara, ou até exibiram informações incompletas fazendo com que o pesquisador fosse subjetivo em sua avaliação em relação a estas informações.

Esta subjetividade se deu quando as informações sem clareza e informações incompletas foram classificadas como não divulgadas, visto que, mesmo que houvesse parte da informação, não seria suficiente para a pesquisa, isso fez com que estas informações incompletas tornassem informações sem relevância e, para que estas informações incompletas não influenciassem no resultado, as mesmas foram classificadas como informação não divulgada.

6 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa procurou obter o percentual de divulgação de informações contábeis sobre a mensuração do valor justo nas empresas brasileiras de capital aberto, conforme exigência do pronunciamento técnico contábil 46, para isso, foi feito estudo do CPC 46 (2012) e demais materiais relacionados ao tema da pesquisa, a fim de obter informação suficiente para o amparo teórico na elaboração dessa pesquisa. Os dados das empresas pesquisadas foram coletados das demonstrações contábeis publicadas pelas empresas da amostra e, também, no site da BM&FBOVESPA, com propósito de responder aos quesitos específicos da pesquisa e chegar ao resultado proposto. Os resultados obtidos nessa pesquisa envolvem apenas as empresas listadas na BM&FBOVESPA que apresentaram em suas demonstrações contábeis informação sobre o CPC 46 (2012).

Com todas as análises prontas, concluiu-se que as empresas analisadas estão aplicando o CPC 46 - Mensuração do Valor Justo em suas demonstrações contábeis, visto que, os resultados obtidos em média ficaram acima de 50%, entretanto, no geral não houve empresas que alcançaram 100% de divulgação, mostrando que as empresas têm muito a melhorar com relação à aplicação do CPC 46 (2012) em suas demonstrações contábeis.

Notou-se, também, que existe uma preocupação das empresas com relação à divulgação do CPC 46 (2012), pois houve um acréscimo de divulgação comparando o ano de 2013 com 2015, porém esta preocupação precisa ser refletida melhor na aplicação do CPC 46 (2012) nas demonstrações contábeis das empresas de capital aberto listadas na BM&FBOVESPA.

Através da classificação e apuração dos percentuais médios de divulgação com base no tamanho das empresas, tamanho do endividamento e empresas de auditoria, foi possível identificar que o tamanho e o grau de endividamento influenciaram na divulgação dos itens obrigatório do CPC 46, entretanto, as empresas que divulgaram suas demonstrações contábeis auditadas pelas *big for* tiveram o percentual de divulgação maior, em comparação com as empresas que tiveram suas demonstrações contábeis auditadas pelas outras empresas de auditoria, mostrando que o fator auditoria tem influência no percentual de divulgação das empresas analisadas.

Por fim, os objetivos gerais e os objetivos específicos apresentados nessa pesquisa foram alcançados, visto que, foi apresentado o percentual de divulgação de empresas brasileiras de capital aberto no que diz ao respeito o CPC 46 – Mensuração do Valor Justo.

REFERÊNCIAS

ABRASCA. Associação Brasileira das Companhias Abertas. *Anuário estatístico das companhias abertas 2013/2014*. 2014. 144p. Disponível em: <<http://www.abrasca.org.br/anuario/2012/>>. Acesso em: 08/06/2016.

ALMEIDA, Meire Aparecida. *Codificando o alfabeto por meio do sistema de numeração binário*. Tese (Mestrado em Matemática) – Programa de Mestrado Profissional em Matemática, Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2013. Disponível em: <http://www.bdt.ufscar.br/htdocs/tedeSimplificado/tde_arquivos/39/TDE-2013-10-23T091949Z-5679/Publico/5524.pdf>. Acesso em: 02/11/16.

_____. *Codificando o alfabeto por meio do sistema de numeração binário*. Tese (Mestrado em Matemática) – Programa de Mestrado Profissional em Matemática, Universidade Federal de São Carlos, São Carlos, 2013. Disponível em: <<https://repositorio.ufscar.br/bitstream/handle/ufscar/5953/5524.pdf?sequence=1&isAllowed=y>>. Acesso em: 17/10/16.

ALZINA, Rafael Bisquerra; SARRIERA, Jorge Castellá; MARTINEZ, Francesc. *Introdução à estatística: enfoque informático com o pacote estatístico SPSS*. Porto Alegre: Artmed, 2004.

ARAÚJO, J. G.; LAGIOIA, U. C. T.; MARINHO, R. F.; LEMOS, L.V.; NASCIMENTO, S. G. O. A. Contabilização do arrendamento mercantil financeiro: um estudo nas empresas listadas no setor de construção e transportes. *Revistas de Informação Contábil (RIC)*, v. 6, n. 3, p. 29-50, jul./set. 2012.

ATTIE, W. *Auditoria: conceitos e aplicações*. 3.ed. São Paulo: Atlas, 2006.

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

BARROS, C. C.; SOUZA, F. J. V.; ARAÚJO, A. O.; SILVA, J. D. G.; SILVA, M. C. O Impacto do Valor Justo na Mensuração dos Ativos Biológicos nas Empresas Listadas na BM&FBovespa. *Revista de Contabilidade do Mestrado em Ciências Contábeis da UERJ*, v. 17, n. 3, p. 41-59, 2012.

BELLI, A. P. *Evidenciação da mensuração do valor justo e alusão no parecer de auditoria*. 2014. 98f. Dissertação (Mestrado em Contabilidade) – Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2014.

BM&FBOVESPA. *Empresas listadas*. s./d. Não paginado. Disponível em: <<http://www.bmfbovespa.com.br/lumis/portal/file/fileDownload.jsp?fileId=8AA8D097531AC0FD0153761D3EB722E7>>. Acesso em: 05 jun. 2016.

BRITO, E. *Um estudo sobre a subjetividade na mensuração do valor justo na atividade da pecuária bovina*. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis). Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade – FEA-RP/USP, 2014.

BURGWAL, D. V.; VIEIRA, R. J. O. Determinantes da divulgação ambiental em companhias abertas holandesas. *Revista Contabilidade e Finanças*, v.25, n. 64, p. 60-78, 2014.

CARIDE, K. *Conheça quem são as Big Four no mundo da consultoria*. Project Builder: Conhecimentos. 2015. Disponível em: <<http://www.projectbuilder.com.br/blog-pb/entry/conhecimentos/conheca-quem-sao-as-big-four-no-mundo-da-consultoria>>. Acesso em: 23 nov. 2016.

CFC. Conselho Federal de Contabilidade. *Resolução 1.121 – NBC T 1*. Aprova a NBC TG ESTRUTURA CONCEITUAL – Estrutura Conceitual para a Elaboração e Apresentação das Demonstrações Contábeis. *Diário Oficial*, 28 mar. 2008. Disponível em: <http://www1.cfc.org.br/sisweb/sre/detalhes_sre.aspx?Codigo=2011/001374>. Acesso em: 25 maio 2016.

CPC 46. Comitê de Pronunciamentos Contábeis. *Pronunciamento Técnico CPC 46 - Mensuração do Valor Justo*. dez. 2012. Disponível em: <<http://www.cpc.org.br/CPC/Documentos-Emitidos/Pronunciamentos/Pronunciamento?Id=78>>. Acesso em:

CUNHA, P. R.; TEIXEIRA, S. A.; SANTANA, A. G.; BEZERRA, F. A. Auditoria independente e a qualidade da informação na divulgação das demonstrações contábeis: estudo comparativo entre empresas brasileiras auditadas pelas Big Four e Não Big Four. *Revista de Contabilidade*, v. 19, n. 3, p. 70-87, set./dez. 2014. Disponível em: <www.e-publicacoes.uerj.br/index.php/rcmccuerj/article/viewFile/9151/pdf>. Acesso em: 30 maio 2016.

CVM. Comissão de Valores Mobiliários. *Deliberação CVM Nº 699 de 20 de dezembro de 2012*. Aprova o Pronunciamento Técnico CPC 46 do Comitê de Pronunciamentos Contábeis, que trata de mensuração do valor justo. dez. 2012. 70p. Disponível em: <<http://www.cvm.gov.br/export/sites/cvm/legislacao/deli/anexos/0600/deli699.pdf>>. Acesso em: 03/04/2016.

ERNST, F.; YOUNG, F. *Manual de normas internacionais de contabilidade*. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2010.

FERNANDES, L. K. R.; *Método de pesquisa qualitativa: usos e possibilidades*. maio 2014. Não paginado. Disponível em: <<https://psicologado.com/psicologia-geral/introducao/metodo-de-pesquisa-qualitativa-usos-e-possibilidades>>. Acesso em: 18 maio 2016.

FREITAS, H. M. R.; CUNHA JUNIOR, M. V. M.; MOSCAROLA, J. Aplicação de sistemas de software para auxílio na análise de conteúdo. *Revista de Administração da USP*, v. 32, n.3, p. 97-109, 1997.

GIL, Antonio Carlos. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4. ed. São Paulo: Editora Atlas, 2002. 175p.

_____. *Métodos e Técnicas de Pesquisa Social*. 5. ed. São Paulo: Atlas, 1999. _____

IUDÍCIBUS, S. de; MARTINS, E.; GELBCKE, E. R.; SANTOS, A. dos. *Manual de Contabilidade das sociedades por ações*. 2.ed. São Paulo: Atlas, 2013.

JACQUES, F. V. S.; RASIA, K. A.; OTT, E. A evidenciação do ativo intangível nas explicativas por empresas de capital aberto integrantes na Bovespa. *Revista Espacios*, v. 33, n. 3, p. 13-28, 2012.

KAUARK, F. da S.; MANHÃES, F. C.; MEDEIROS, C. H. *Metodologia da pesquisa um guia prático*. Bahia: Via Litterarum, 2010. 88p.

LAKATOS, E. M.; MARCONI, M. de A. *Fundamentos de metodologia científica*. 5.ed. São Paulo: Atlas, 2003.

LANZANA, A. P. *Relação entre disclosure e governança corporativa das empresas brasileiras*. 2004. 165f. Dissertação (Mestrado em Administrativo) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2004. Disponível em: <<http://www.ppge.ufrgs.br/giacomo/arquivos/gov-corp/lanzana-2004.pdf>>. Acesso em: 08 jun. 2016.

MACAGNAN, C. B. Evidenciação voluntária: fatores explicativos da extensão da informação sobre recursos intangíveis. *Revista Contabilidade & Finanças*, v. 20, n. 50, p. 46-61, maio/ago. 2009. Disponível em: <<http://www.revistas.usp.br/rcf/article/view/34290/37022>>. Acesso em: 09 jun. 2016.

MAPURUNGA, P. V. R.; PONTE, V. M. R.; HOLANDA, A. P. Fatores explicativos da aderência das firmas brasileiras aos *disclosure* relativo às informações por segmento. *Enfoque: Reflexão Contábil*, v. 33 n. 1. p. 53-69, jan./abr. 2014. Disponível em: <<http://periodicos.uem.br/ojs/index.php/Enfoque/article/view/20743>>. Acesso em: 10 jun. 2016.

MARCANTONIO, A. T.; SANTOS, M. M.; LEHFELD, N. A. de S. *Elaboração e divulgação do trabalho científico*. São Paulo: Atlas, 1993.

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

MENDES, C.J.F.; FREIRE, F.S. A governança corporativa e manipulação de informação contábil: mensuração a valor justo nos bancos comerciais. *Revista Contemporânea de Contabilidade*, v. 11, n. 23, 53-76, Mai-Ago, 2014.

MORAES, Eliene Aparecida. *Ambiente Regulatório e Evidenciação Social: Uma análise das empresas brasileiras listadas na BM&FBovespa*. Dissertação (Mestrado) – Universidade de Brasília. Faculdade de Economia, Administração e Ciências Contábeis e Atuariais – Programa Multinstitucional e Inter-Regional de Pós-Graduação em Ciências Contábeis. 2014. 111 fls.

MURCIA, F. D. *Fatores determinantes do nível de disclosure voluntário de companhias abertas no Brasil*. 2009. 182 f. Tese (Doutorado em Ciências Contábeis) – Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.

MURCIA, F. D.-R.; SANTOS, A. dos. 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, maio/ago. 2009. Disponível em: <<http://www.repec.org.br/index.php/repec/article/view/68>>. Acesso em: 16 maio 2016

NIYAMA, J. K.; SILVA, C. A. T. *Teoria da contabilidade*. São Paulo: Atlas, 2008.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. de. *Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico*. 2.ed. Novo Hamburgo: Feevale, 2013.

RAMOS, Fernando Maciel, CUNHA, Paulo Roberto da. *Influência do rodízio de auditoria no audit delay das companhias brasileiras listadas na BM&FBovespa*. 2012. Disponível em: <<http://www.contecsi.fea.usp.br/envio/index.php/contecsi/12CONTECSI/paper/viewFile/3079/2360> - Ramos e Cunha (2012)>. Acesso em: 21 nov. 2016.

SÁ, A. L. *Curso de auditoria*. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2007. 568p.

SILVA, A. C. R. da. *Metodologia da pesquisa aplicada à contabilidade: orientações de estudos, projetos, relatórios, monografias, dissertações, teses*. São Paulo: Atlas, 2008.

SILVA, André Luiz Carvalhal da. *Introdução à análise de dados*. Rio de Janeiro: E-papers, 2009. 158p. Disponível em: <<https://books.google.com.br/books> >. Acesso em: 02/11/2016.

TANAKA, E. *Como calcular e avaliar o endividamento da sua empresa!* 2015. Disponível em: <<http://blog.pr.sebrae.com.br/financas/como-calcular-e-avaliar-o-endividamento-da-sua-empresa>>. Acesso em: 21 nov. 2016.

WAINER, J. *Métodos de pesquisa científica quantitativa e qualitativa para a ciência da computação*. 2006. Não paginado. Disponível em: <<http://www.pucrs.br/famat/viali/mestrado/mqp/material/textos/Pesquisa.pdf>>. Acesso em: 18 maio 2016.