

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

MARCUS VINICIUS NUNES

**PROVISÕES, ATIVOS E PASSIVOS CONTINGENTES: UM ESTUDO
SOBRE DIVULGAÇÃO DAS EMPRESAS LISTADAS NA
BM&FBOVESPA**

RIO VERDE, GO

2017

MARCUS VINICIUS NUNES

**PROVISÕES, ATIVOS E PASSIVOS CONTINGENTES: UM ESTUDO SOBRE
DIVULGAÇÃO DAS EMPRESAS LISTADAS NA BM&FBOVESPA**

Trabalho de Conclusão de Curso II apresentado à 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.

Orientadora: Professora Ma. Eliene Aparecida de Moraes

RIO VERDE, GO

2017

Ficha Catalográfica

NUNES, Marcus Vinicius.

Provisões, ativos e passivos contingentes: um estudo sobre divulgação das empresas listadas na BM&FBOVESPA / Marcus Vinicius Nunes. - Rio Verde. - 2017
57f.

Trabalho de Conclusão de Curso II (Graduação) apresentado à
Universidade de Rio Verde – UniRV - Faculdade de Ciências Contábeis,
2017.

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

1. Tomada de decisões. 2. Investidores. 3. Ativos e Passivos.

Bibliotecário(a) responsável:

MARCUS VINÍCIUS NUNES

**PROVISÕES, ATIVOS E PASSIVOS CONTINGENTES: UM
ESTUDO SOBRE DIVULGAÇÃO DAS EMPRESAS LISTADAS NA
BM&FBOVESPA**

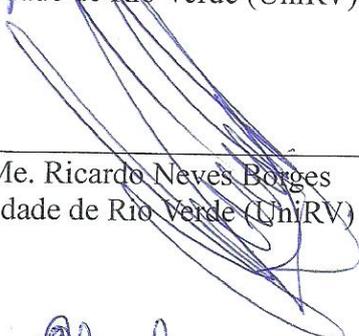
Trabalho de Conclusão de Curso II apresentado a Banca Examinadora do Curso de Ciências Contábeis da Universidade de Rio Verde (UniRV), como exigência parcial para obtenção do título de Bacharel em Ciências Contábeis.

Rio Verde, Goiás, 20 de junho de 2017

BANCA EXAMINADORA



Prof. 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 este trabalho à minha mãe Luciene Nunes, por toda dedicação dada a mim ao longo de todos esses anos, dedico também aos meus irmãos Bruno Henrique Nunes, Luiz Felipe Nunes da Cruz e Kelliane Ferreira Silva, à minha namorada Amanda Cristina Pereira Barros, e aos meus grandes amigos, que contribuíram de forma direta e indireta na realização deste sonho.

AGRADECIMENTOS

Agradeço primeiramente a Deus, que está sempre em primeiro lugar na minha vida, guiando-me e dando forças para continuar na minha caminhada, principalmente nos momentos mais difíceis, pois nunca me desamparou.

Agradeço muito a minha mãe Luciene Nunes e meu pai Joaquim Alves da Cruz, por sempre me apoiarem nas minhas decisões, apoiarem nos meus estudos e nunca me deixarem sozinho, mesmo nos momentos mais difíceis, sempre estiveram ao meu lado.

Também à minha namorada Amanda Cristina Pereira Barros, pelo apoio e pela paciência todos esses dias.

A meus amigos do peito, Antônio Carlos, Victor Ribeiro e Jadson Lima que contribuíram de diversas maneiras para que este sonho fosse realizado.

Agradeço a minha orientadora Professora Me. Eliene Aparecida de Moraes, por sua dedicação e paciência, pela ajuda durante a pesquisa e durante toda minha caminhada acadêmica. Agradeço também a todos os professores que participaram dessa minha jornada acadêmica, que me ajudaram e que me transmitiram todo conhecimento que podiam sem medir esforços.

E agradeço a todos os meus colegas de sala que caminharam comigo durante o decorrer deste período, que compartilharam sorrisos, histórias, conhecimentos, alegrias e tristezas. Agradeço especialmente à Danniely Ferreira, Dionica Malta, Leticia Felix, pelo apoio, pelas palavras de conforto e pela ajuda.

RESUMO

As Provisões, Passivos Contingentes e Ativos Contingentes influenciam de forma significativa nas tomadas de decisões dos investidores e credores, são informações de relevância e que podem alterar ativos e passivos de uma entidade. O presente trabalho tem como objetivo fazer a análise do índice de divulgação das empresas listadas na BM&FBOVESPA, para verificar se essas empresas estão seguindo os requisitos obrigatórios instituídos no CPC 25 (2009) - Provisões, Passivos Contingentes e Ativos Contingentes. A referente pesquisa caracteriza-se como descritiva, pois se observam e se analisam os fatos sem alterá-los, com foco na abordagem qualitativa e quantitativa, realizada por meio de coleta de dados com o método indireto, uma vez que essa pesquisa foi realizada por dados já publicados. Para a realização da pesquisa realizou-se a análise de 230 notas explicativas e demonstrações contábeis padronizadas, dos anos de 2011, 2012, 2013, 2014 e 2015, após a coleta de dados foi realizada uma análise de conteúdo. Através da presente pesquisa notou-se que em média são divulgadas 81% (oitenta e um por cento) dos quesitos analisados das Provisões, 34% (trinta e quatro por cento) dos quesitos de Passivos Contingentes e 5% (cinco por cento) dos quesitos de Ativos Contingentes. Verificou-se na pesquisa que a variável tamanho da empresa e empresa de auditoria pode colaborar para o aumento de divulgação das empresas, já o índice de endividamento na presente pesquisa demonstrou que não influencia na divulgação, sendo necessárias outras pesquisas para corroborarem ou refutarem essa pesquisa. Os resultados alcançados com a presente pesquisa demonstraram que as empresas têm que melhorar a qualidade de suas informações, de forma que demonstre mais clareza aos usuários, porém ao longo dos anos tem se adequado aos requisitos obrigatórios instituídos no CPC 25 (2009), seguindo como regra, o método de mensuração, reconhecimento e divulgação das informações contábeis.

Palavras-chave: Tomada de decisões. Investidores. Ativos e Passivos.

ABSTRACT

The provisions, contingent liabilities and Contingent Assets significantly influence the decision-making of investors and lenders, are relevance and information that can change an entity's assets and liabilities. The present work aims to make the analysis of disclosure index of companies listed on the BM&FBOVESPA, to verify that these companies are following mandatory requirements imposed on CPC 25 (2009)-provisions, contingent liabilities and Contingent Assets. The research is characterized as descriptive, because if they observe and are analyzed the facts without changing them, with a focus on qualitative and quantitative approach, carried out by means of data collection with the indirect method, since this research was undertaken by already published data. For the realization of the research analysis of 230 explanatory notes and standardized financial statements, of the years 2011, 2012, 2013, 2014 and 2015, After data collection was performed a content analysis. Through this research noted that on average are published 81% (81%) of the items examined provisions, 34% (34%) of the items of contingent liabilities and 5% (5%) of the items of Contingent Assets. It was found in the survey that the variable size of the company and audit company can collaborate for increased disclosure of companies, already the index of indebtedness in this research demonstrated that does not influence spreading, being required further research to corroborate or refute this research. The results achieved with the present research showed that companies have to improve the quality of your information in order to demonstrate more clearly to users, but over the years has been suited to mandatory requirements imposed on CPC 25 (2009), following as a rule, the method of measurement, recognition and disclosure of accounting information.

Keywords: Decision making. Investors. Assets and Liabilities.

LISTA DE QUADROS

QUADRO 1 – Empresas componentes da amostra	26
QUADRO 2 – Instrumento de coleta de dados	27
QUADRO 3 – Percentual médio de divulgação quesitos por ano “Provisões”	30
QUADRO 4 – Percentual médio de divulgação das empresas por ano “Provisões”	31
QUADRO 5 – Percentual médio de divulgação por setor “Provisões”	33
QUADRO 6 – Percentual médio de divulgação quesitos por ano “Passivos Contingentes” ...	34
QUADRO 7 – Percentual médio de divulgação das empresas por ano “Passivos Contingentes”	35
QUADRO 8 – Percentual médio de divulgação por setor “Passivos Contingentes”	37
QUADRO 9 – Percentual médio de divulgação quesitos por ano “Ativos Contingentes”	38
QUADRO 10 – Percentual médio de divulgação das empresas por ano “Ativos Contingentes”	39
QUADRO 11 – Percentual médio de divulgação por setor “Ativos Contingentes”	41
QUADRO 12 – Determinação do “tamanho da empresa”	43
QUADRO 13 – Percentual médio de divulgação das “Empresas Maiores” e “Empresas Menores” – Provisões	44
QUADRO 14 – Percentual médio de divulgação das “Empresas Maiores” e “Empresas Menores” – Passivos Contingentes	44
QUADRO 15 – Percentual médio de divulgação das “Empresas Maiores” e “Empresas Menores” – Ativos Contingentes	45
QUADRO 16 – Determinação das empresas com maior endividamento e as empresas com menor endividamento.....	46
QUADRO 17 – Percentual médio de divulgação das “Empresas com Maior Endividamento” e “Empresas com Menor Endividamento” – Provisões.....	47
QUADRO 18 – Percentual médio de divulgação das “Empresas com Maior Endividamento” e “Empresas com Menor Endividamento” – Passivos Contingentes.....	47

QUADRO 19 – Percentual médio de divulgação das “Empresas com Maior Endividamento” e “Empresas com Menor Endividamento” – Ativos Contingentes.....	48
QUADRO 20 – Classificação das empresas pela variável empresa de auditoria.....	49
QUADRO 21 – Percentual médio de divulgação das “Empresas Auditadas pelas <i>Big Four</i> ” e “Empresas não Auditadas pelas <i>Big Four</i> ” – Provisões	50
QUADRO 22 – Percentual médio de divulgação das “Empresas Auditadas pelas <i>Big Four</i> ” e “Empresas não Auditadas pelas <i>Big Four</i> ” – Passivos Contingentes.....	50
QUADRO 23 – Percentual médio de divulgação das “Empresas Auditadas pelas <i>Big Four</i> ” e “Empresas não Auditadas pelas <i>Big Four</i> ” – Ativos Contingentes	51

SUMÁRIO

1 INTRODUÇÃO	12
1.1 PROBLEMA DE PESQUISA.....	12
1.2 OBJETIVOS	13
1.2.1 Objetivo geral	13
1.2.2 Objetivos específicos.....	13
1.3 JUSTIFICATIVA.....	13
1.4 DELIMITAÇÃO	16
2 REFERENCIAL TEÓRICO	17
2.1 PROVISÃO.....	17
2.2 PASSIVO CONTINGENTE.....	18
2.3 ATIVO CONTINGENTE	18
2.4 CPC 25 – PROVISÕES, ATIVOS CONTINGENTES E PASSIVOS CONTINGENTES	19
2.4.1 Definição	19
2.4.2 Mensuração e reconhecimento	20
2.4.3 Divulgação.....	20
2.5 FATORES QUE INFLUENCIAM NA DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES CONTÁBIL-FINANCEIRAS DE ACORDO COM A LITERATURA	21
3 PROCEDER METODOLÓGICO	23
3.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA.....	23
3.2 POPULAÇÃO, AMOSTRA E PERÍODO DE ESTUDO	24
3.3 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS	27
4 RESULTADOS E ANÁLISE DE DADOS	28
4.1 PROVISÕES	29
4.2 PASSIVOS CONTINGENTES	33
4.3 ATIVOS CONTINGENTES.....	38
4.4 FATORES QUE INFLUENCIAM O PERCENTUAL DE DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES CONTÁBEIS-FINANCEIRA	42
4.5 LIMITAÇÕES DA PESQUISA.....	51
5 CONSIDERAÇÕES FINAIS.....	53

REFERÊNCIAS	55
--------------------------	-----------

1 INTRODUÇÃO

Diferentes usuários da contabilidade têm demonstrado interesse não somente na posição financeira da entidade, mas também na continuidade da empresa perante seu ambiente e atuação, nesse sentido as empresas devem fornecer aos usuários tanto informações contábeis obrigatórias quanto informações contábeis voluntárias, mas estas informações devem ser informações relevantes e que possam causar impactos na tomada de decisão, mesmo que essa informação não seja obrigatória (FARIAS, 2004).

Carvalho et al. (2004) apontam que com o crescimento do mercado e em meio a grandes mudanças, tem aumentado a importância da divulgação das informações contábeis de forma confiável e segura, os investidores estão buscando cada vez mais segurança e confiabilidade, para realizar bons investimentos. Ainda de acordo com o autor, no intuito de fornecer informações que satisfaçam as exigências dos usuários, os órgãos reguladores têm aprimorado as normas referentes à divulgação das demonstrações contábeis.

Em concordância com o exposto acima, o Pronunciamento Técnico CPC 25 (2009) estabelece como a entidade deve reconhecer e mensurar as Provisões, Passivos Contingentes e Ativos Contingentes, a norma ainda estabelece os requisitos mínimos de divulgação, visando auxiliar o usuário na tomada de decisão.

A divulgação de informações sobre Provisões, Passivos Contingentes e Ativos Contingentes fornece dados para a tomada de decisão no sentido em que o administrador ou investidor possa conhecer os itens das demonstrações contábil-financeiras que possuem alta probabilidade de ocorrência, e ainda, conhecer os itens explicitado em notas explicativas que possuem a possibilidade média ou baixa de ocorrência.

1.1 PROBLEMA DE PESQUISA

As empresas brasileiras listadas na BM&FBOVESPA atendem aos requisitos de divulgação do CPC 25 – Provisões, Passivos Contingentes e Ativos Contingentes?

1.2 OBJETIVOS

1.2.1 Objetivo geral

Verificar se as empresas brasileiras listadas na BM&FBOVESPA atendem aos requisitos de divulgação instituídos pelo CPC 25 - Provisões, Passivos Contingentes e Ativos Contingentes.

1.2.2 Objetivos específicos

- a) Definir provisão, passivos contingentes e ativos contingentes;
- b) Discorrer sobre as divulgações mínimas requeridas pelo CPC 25 – Provisões, Passivos Contingentes e Ativos Contingentes;
- c) Apurar os percentuais médios de divulgação das empresas comparando sua evolução durante os anos analisados;
- d) Apresentar uma lista classificatória com as empresas que divulgaram mais informações e as empresas que divulgaram menos informações; e
- e) Verificar se o tamanho, o índice de endividamento e a empresa de auditoria influenciam no percentual de divulgação das empresas analisadas.

1.3 JUSTIFICATIVA

No dia 26 de setembro de 2009, o Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC), aprovou o CPC 25, que trata das Provisões, Passivos Contingentes e Ativos Contingentes, uma tradução e adequação das normas internacionais do *International Accounting Standards Board – IASB*¹, de acordo com o IAS 37 (CPC 25, 2009).

Neste sentido, para o mundo dos negócios é importante para o investidor ter segurança e transparência nas informações contábeis divulgadas nas empresas, possibilitando

¹ O *International Accounting Standards Board – IASB*, traduzido para o português do Brasil como Conselho de Normas Internacionais de Contabilidade, é uma organização internacional sem fins lucrativos que desenvolve normas internacionais IFRS que ofereçam transparência, responsabilidade e eficiência aos mercados financeiros em todo o mundo. Disponível em: <<http://www.ifrs.org/About-us/Documents/Who-We-Are-Portuguese-2016.pdf>>. Acesso em: 10 mai. 2017.

um baixo custo no momento de requerer financiamentos externos, redução de riscos e custo nas análises e decisões, pois essas informações já estão adequadas às normas internacionais, com isso torna-se relevante e necessário que as práticas contábeis brasileiras estejam convergentes com as práticas internacionais (BRASIL, 2005).

Quando se fala em segurança e transparência nas informações contábeis, leva-se em consideração a importância de o usuário obter nas demonstrações contábeis os critérios utilizados para o reconhecimento e a forma de mensuração das Provisões, Passivos Contingentes e Ativos Contingentes, e assim poder entender quais os próximos passos de uma entidade, com relação ao impacto das despesas na lucratividade (CPC 25, 2009).

No entender de Ribeiro (2012), as Provisões, Passivos Contingentes e Ativos Contingentes, têm uma significativa importância dentro das demonstrações contábeis, pois por meio dessas informações, as entidades podem manipular os resultados de uma entidade, afetando assim todo o mercado de ações, investidores, instituições financeiras, mercado externo, entre outros, por isso a necessidade de avaliar os critérios para reconhecimento de forma confiável.

Diante do exposto, o estudo proposto tem como base verificar se as empresas estão se adequando às normas aplicadas pelos órgãos reguladores e conseqüentemente, tais órgãos poderão obter um *feedback*, podendo aprimorar e otimizar alguns critérios estabelecidos e ainda aumentar a fiscalização no intuito de padronizar e determinar que a norma seja executada.

Saber se as divulgações apresentadas estão dentro das normas estabelecidas e se as informações estão sendo apresentadas com embasamento no Comitê de Pronunciamentos Contábeis é relevante, pois demonstra confiança e transparência ao mercado nacional e internacional, reduzindo o risco de investimento mal elaborado, aprimorando a certeza na tomada de decisão, reduzindo o custo na emissão de relatórios para financiamentos externos, entre outros benefícios.

Desta forma, a pesquisa é importante aos investidores, aos profissionais da área contábil, aos usuários em geral que têm interesse por estas informações, com finalidade de demonstrar o comprometimento das empresas ao publicar tais informações; além de contribuir com a academia, podendo estimular outros acadêmicos a aprofundar o assunto.

Para os órgãos reguladores esta pesquisa pode fornecer dados e índices para verificação do cumprimento parcial ou total do CPC 25 (2009), podendo estes órgãos intensificar a fiscalização e suas autuações, pois, trata-se de informações de cunho obrigatório.

O estudo realizado das Provisões, Ativos Contingentes e Passivos Contingentes, irá contribuir de forma significativa no entendimento do assunto proposto, ainda ajudará profissionais da área contábil na verificação das divulgações de acordo com o CPC 25 (2009).

Pode-se justificar esta pesquisa pelo fato de haver poucas pesquisas realizadas com este tema, após vasta varredura na literatura, principalmente no Google acadêmico, verificou-se a existência de poucas pesquisas com o mesmo foco.

Como a pesquisa elaborada por Oliveira, Benetti e Varela (2011), que teve como objetivo realizar o levantamento em percentuais do nível de divulgação das empresas listadas na BM&FBOVESPA nos anos de 2009 e 2010 logo após a implantação do CPC 25, e de acordo com os autores o nível de divulgação não apresentou muita diferença devido a prática de divulgação instituída pelo CPC 25 ser recente, e estava sendo adotada pelas empresas com a obrigatoriedade da deliberação da CVM nº 489/05.

Silva (2012) realizou uma pesquisa com o objetivo de analisar o cumprimento das exigências de reconhecimento, mensuração e divulgação das provisões e passivos contingentes, conforme estabelecido pelo CPC 25 das empresas de mineração, siderúrgica e metalúrgica no ano de 2011, onde o autor conclui relatando que as empresas analisadas não cumprem por completo as exigências de reconhecimento, mensuração e divulgação estabelecidos pelo CPC 25 (2009), para o autor parte das divulgações não são claras e efetivamente não reduzem as incertezas dos usuários.

Suave et al. (2013) verificaram o nível de adequação das empresas mais negociadas na BM&FBOVESPA no ano de 2011, com relação às disposições do CPC 25, com foco na divulgação dos passivos contingentes. Os autores concluíram que com relação aos resultados apresentados, a divulgação de uma informação mais gerencial aos usuários externos ainda está fora da realidade, pelo fato de as empresas apresentarem apenas informações de processos em juízo.

Esta pesquisa diferencia-se das demais citadas pelo fato da comparação dos índices de divulgação das empresas analisadas em cinco anos, também se torna diferente por não escolher um único setor, e sim, setores diversos da economia. Diferencia-se ainda, pelo fato da verificação se as variáveis, tamanho da empresa, índice de endividamento e empresa de auditoria influenciam no aumento da divulgação de informações contábil-financeiras em conformidade com o CPC 25.

1.4 DELIMITAÇÃO

A pesquisa delimita-se às empresas brasileiras listadas na BM&FBOVESPA.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

Este capítulo foi dividido em duas partes, sendo a primeira com fundamentação teórica de diversos autores, relatando o conceito, reconhecimento, mensuração e divulgação das Provisões, Passivos Contingentes e Ativos Contingentes. Na segunda parte, o assunto será fundamentado conforme a norma CPC 25, aprovado pela Deliberação da CVM 594/09.

2.1 PROVISÃO

Pereira, Giuntini e Boaventura (2002) salientam que provisões se diferenciam de outros passivos como contas a pagar, e quaisquer outros, pela sua incerteza do valor a ser pago e pelo seu prazo de liquidação.

Santos (2004) define provisões como passivos que são reconhecidos no patrimônio, decorrentes de eventos passados, com valor mensurável e que poderá ter saída de recursos para liquidação desse passivo, ainda para Santos (2004), as provisões não se tratam de passivos definidos, pois existe uma incerteza quanto ao valor e seu prazo de liquidação.

Farias (2004) aponta que a contabilidade, conforme orientada pelos Princípios Contábeis, utiliza das provisões para registrar fatos que afetam economicamente o patrimônio, porém se trata de desembolsos futuros.

Farias (2004), ainda evidencia que deve haver um controle sobre as provisões, verificação das baixas, que deve ocorrer com o pagamento de uma obrigação que deu origem a provisão.

Naninni e Salotti (2010) destacam que a provisão deve ser reconhecida quando na entidade existe uma obrigação presente, seja essa obrigação legal ou não formalizada, que seja provável realizar um desembolso de recursos e que possa ser estimada com confiabilidade, se estiver fora dessas condições não deve ser reconhecida.

Naninni e Salotti (2010) aduz que nenhuma provisão pode ser reconhecida para obrigações de eventos futuros, somente é reconhecida como provisão as obrigações de eventos passados, que exista independente de ações futuras.

2.2 PASSIVO CONTINGENTE

Farias (2004) agrega que o passivo contingente é uma obrigação resultante de um fato ocorrido no passado, mas que somente no fato ocorrido no futuro é que a entidade poderá avaliar o seu impacto econômico e financeiro, como por exemplo, um processo trabalhista que depende de sua decisão judicial.

Ainda nas palavras de Farias (2004), o passivo contingente para ser divulgado necessita passar por uma classificação, assim poderá estimar a verdadeira necessidade de ser divulgado e reconhecido em notas explicativas, para essa classificação utilizam-se três métodos, sendo: Provável, Possível e Remoto.

Naninni e Salotti (2010) prelecionam que quando ocorrer a necessidade de reconhecer o passivo, não é possível reconhecer o passivo contingente, é necessário então que este passivo contingente passe a se enquadrar nos critérios de reconhecimento, passando então a ser reconhecido como uma provisão.

Farias (2004) salienta que um passivo contingente pode ser reconhecido a partir do momento em que satisfaça três requisitos, sendo: I) Corresponda a definição de passivo; II) A probabilidade do evento ocorrer tenha se alterado para certo; III) O passivo possa ser mensurado com confiabilidade.

Silva (2012) ressalta que quando for mais provável que não exista uma obrigação presente na data de balanço, a entidade deve divulgar um passivo contingente, assim a entidade não deve reconhecer o passivo e sim divulgá-lo em notas explicativas, se for uma possibilidade remota de saída de recursos não deve nem ser reconhecido e nem divulgado.

2.3 ATIVO CONTINGENTE

Pereira, Giuntini e Boaventura (2002) esclarecem que contingência é o termo utilizado para definir ativos que não são reconhecidos, pois sua existência apenas será confirmada pela ocorrência de um acontecimento futuro que não esteja sob o total controle da entidade.

Naninni e Salotti (2010) destacam o ativo contingente como um possível ativo proveniente de um evento passado, em que seu reconhecimento será confirmado mediante a ocorrência de um ou mais eventos futuros incertos. Evidenciam que os ativos contingentes

não podem ser reconhecidos inicialmente, pois se trata de uma contingência, apenas deverá ser reconhecido mediante a certeza do evento.

Pereira, Giuntini e Boaventura (2002) salientam que é necessário realizar a divulgação da natureza dos ativos contingentes e se possível realizar uma estimativa do efeito financeiro deste ativo. Ainda complementam relatando que as divulgações de ativos contingentes não podem estar erradas, com relação à probabilidade de ocorrência de um ganho ou de uma perda. Ainda de acordo com Pereira, Giuntini e Boaventura (2002), caso não seja possível apresentar nenhuma das informações exigidas, a entidade deve divulgar este fato.

2.4 CPC 25 – PROVISÕES, ATIVOS CONTINGENTES E PASSIVOS CONTINGENTES

2.4.1 Definição

De acordo com o CPC 25, aprovado pelo Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC) em 26 de setembro de 2009 traduzidos e com algumas adequações do IAS 37, emitido pelo *International Accounting Standards Board* (IASB), provisão é definida como um passivo de prazo ou valor incertos, assim conforme a deliberação de CVM nº 489, NPC nº 22 (2005), que também conceitua provisão da mesma forma que o CPC 25 (2009).

Conforme o CPC 25 (2009), o passivo contingente trata de uma possível obrigação, resultante de um evento passado ou uma obrigação presente resultante de um evento passado, mas que não seja possível mensurar o valor de forma confiável, e não seja provável a saída de recursos para sua liquidação até que seja possível mensurar o valor e tempo de liquidação dessa obrigação não é possível reconhecer a obrigação como provisão.

Conforme CPC 25 (2009) um ativo contingente pode ser efeito de um evento não planejado ou um evento inesperado, mas que tem uma possível entrada de benefícios econômicos para entidade. Como um processo judicial, em que a empresa seja a reclamada, mas que seu ganho seja incerto. Ainda de acordo com o CPC 25 (2009), um ativo contingente não deve ser reconhecido pela entidade, e sim evidenciado e divulgado em notas explicativas, realizando avaliação periódica.

2.4.2 Mensuração e reconhecimento

De acordo com o CPC 25 (2009), para que uma provisão possa ser reconhecida nas demonstrações contábeis, deve seguir os seguintes requisitos: I) A entidade ter uma obrigação presente, que ocorreu de um evento passado, seja essa obrigação legal ou não formalizada; II) Que haja uma probabilidade de saída de recursos para liquidar essa obrigação; III) Que o valor possa ser estimado com confiabilidade.

No que diz respeito aos passivos contingentes, o CPC 25 (2009) ressalta que uma entidade não deve e não pode reconhecer um passivo contingente em suas demonstrações contábeis, isto devido à incerteza na ocorrência do fato. O passivo contingente deve ser divulgado em notas explicativas, porém, caso seja um fato com mínimas chances de ocorrer, classificadas como remota, não deve nem ser divulgado.

Ainda para o CPC 25 (2009), os passivos contingentes, podem mudar sua forma inesperadamente, por isso a necessidade de avaliar os passivos periodicamente, verificando se este passivo deixou de ser incerto e possa ser mensurado com confiabilidade, sendo provável que tenha saída de recursos para sua liquidação, assim deverá passar de passivo contingente, e ser reconhecido como provisão nas demonstrações contábeis do período em que ocorreu tal mudança.

Quanto aos ativos contingentes o CPC 25 (2009, item 31) especifica, “uma entidade não deve reconhecer um ativo contingente”. E ainda complementa que os ativos contingentes não são reconhecidos nas demonstrações contábeis devido a sua incerteza, pois o benefício econômico pode ser que nunca venha a ser realizado.

Os ativos contingentes devem ser avaliados periodicamente, se for praticamente certo que ocorrerá a entrada de benefícios econômicos, este ativo passa a ser um ganho, e assim deverá ser reconhecida nas demonstrações contábeis no período em que ocorrer a mudança de estimativa, caso seja uma provável entrada de benefícios econômicos o ativo continua como ativo contingente e deve ser divulgado em notas explicativas (CPC 25, 2009).

2.4.3 Divulgação

O CPC 25 (2009) determina que a entidade possa divulgar com relação às provisões os seguintes requisitos: a) Valor contábil no início e no fim do período; b) Provisões adicionais realizadas no período, ainda as alterações realizadas nas provisões existentes; c)

Valores utilizados no período; d) Valores não utilizados revertidos no período; e) Aumento no valor descontado. Sendo desnecessário o valor comparativo.

Ainda de acordo com o CPC 25 (2009), devem ser divulgadas pela entidade, de acordo com cada classe de provisão, os seguintes requisitos: a) Uma breve descrição da natureza da obrigação e o cronograma esperado de qualquer saída de benefícios econômicos; b) Uma referência à incerteza com relação ao montante e o prazo de desembolso; c) O valor do ativo reconhecido pelo reembolso esperado.

Para os lançamentos que não se encaixarem como provisão, não é possível mensurar valor ou prazo de desembolso, este deve ser evidenciado como passivo contingente, e a entidade deve divulgar na data do balanço uma descrição da natureza deste passivo contingente, e se praticável deve divulgar uma estimativa de seu efeito financeiro, uma indicação das incertezas relacionadas ao valor de ocorrência de qualquer saída, ainda informar a possibilidade de qualquer reembolso (CPC 25, 2009).

De acordo com o CPC 25 (2009), os passivos contingentes devem passar por uma contínua avaliação, assim se o mesmo for mensurado com confiabilidade, e ter uma estimativa de prazo para sua liquidação, este deixa de ser um passivo contingente e deve ser reconhecido nas demonstrações contábeis no período em que ocorreu a mudança na estimativa.

Se for provável uma entrada de benefícios econômicos, a entidade deve divulgar uma descrição da natureza dos ativos contingentes na data balanço, e divulgar as informações em notas explicativas, caso seja praticável uma estimativa de valor e data, o fato deve ser reconhecido nas demonstrações contábeis (CPC 25, 2009).

2.5 FATORES QUE INFLUENCIAM NA DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES CONTÁBEIS-FINANCEIRA DE ACORDO COM A LITERATURA

Para esta pesquisa, foram utilizados como variáveis que podem vir a influenciar a divulgação de informações contábeis-financeiras de acordo com a literatura existente, o tamanho da empresa, o grau de endividamento e a empresa de auditoria.

Braga (2009) destaca que os custos de divulgação são menores para as empresas maiores, pois têm em vista que essas empresas têm maior capacidade de suportar os custos do processo de divulgação, assim para o autor o nível de divulgação das demonstrações contábeis

tem relação direta com o tamanho da empresa, relatando que o tamanho da empresa tem influência positiva no nível de divulgação das empresas.

Murcia e Santos (2009) esclarecem que as empresas de maior tamanho possuem as divulgações de melhor qualidade, pois os benefícios vêm a ser maiores, para o autor a melhoria nas divulgações, aumenta sua competitividade no mercado, e assim atraem maiores investidores, diferente das empresas de menor tamanho, pois com mais informações os investidores tendem a aumentar o nível de confiança e diminuir a incerteza de risco no investimento.

Conforme exposição de Braga (2009), as empresas com elevado grau de endividamento promovem uma maior visão de risco para seus investidores, assim os investidores passam a demandar maior retorno sobre o capital investido, o que eleva o custo de capital da empresa, desse modo se a empresa aumentar seu nível de divulgação diminui a incerteza de risco para os investidores, dessa forma para o autor, empresas altamente endividadas têm maior nível de divulgação para amenizar a sensação de risco de seus investidores. Assim o endividamento da empresa influencia positivamente no nível de divulgação das provisões, passivos e ativos contingentes.

Murcia e Santos (2009) alegam que com relação a variável grau de endividamento, pode se esperar que quanto maior o grau de endividamento, maior será o nível de divulgação das informações contábeis-financeiras das empresas, uma vez que as empresas mais transparentes conseguem mais acesso a capital de terceiros.

Mapurunga, Ponte e Holanda (2014) enfatizam que as empresas com maior grau de endividamento, podem ter uma maior cobrança de seus credores para a divulgação das informações contábeis da entidade, assim reconhecem que quanto maior o grau de endividamento, maior o nível de divulgação das empresas.

Murcia e Santos (2009) informam que as grandes empresas de auditoria influenciam na qualidade das divulgações contábeis das empresas, fazendo com que as empresas auditadas divulguem mais informações. Ainda de acordo com os autores, algumas empresas de auditoria não se associam as empresas com baixo nível de divulgação.

Mapurunga, Ponte e Holanda (2014), ressaltam que as empresas auditadas pelas *Big Four* (KMPG, a Deloitte Touche Tohmatsu, a Ernst & Young e a PricewaterhouseCoopers), tendem a aumentar seu nível de divulgação, uma vez que são auditadas pelas maiores empresas de auditoria do mundo, assim transmitindo maiores informações ao mercado.

3 PROCEDER METODOLÓGICO

Pesquisa é um procedimento racional, com o objetivo de dar respostas aos problemas desenvolvidos, isto quando não se tem disponíveis informações suficientes que possa dar resposta ao problema (GIL, 2002).

Conforme Gil (2002), a pesquisa para ser desenvolvida é necessária utilização dos conhecimentos disponíveis, bem como a utilização de métodos, técnicas e demais procedimentos científicos, onde passa por várias etapas desde o problema até aos resultados finais.

3.1 CLASSIFICAÇÃO DA PESQUISA

Nos conhecimentos de Gil (2002), uma pesquisa é caracterizada quanto à classificação dos objetivos, sendo três critérios: explicativas, descritivas e exploratórias. Esta pesquisa se classificou como descritiva, pois tem como objetivo verificar observar e analisar os fatos sem alterá-los.

Gil (2002) destaca que além dos objetivos é necessário classificar os procedimentos, que podem ser classificados como bibliográfico, documental, experimental, levantamento, pesquisa de ação, pesquisa de campo, estudo de caso e pesquisa de participação. Essa pesquisa se classificou como bibliográfica, pois se trata de pesquisa com informações coletadas em outras pesquisas, como livros e artigos científicos.

Nos apontamentos de Lakatos e Marconi (2003), o método de pesquisa utilizado foi o método dedutivo, pois parte de uma análise do geral para um individual, embasado em leis, teorias e princípios considerados verdadeiros.

Gil (2002) apresenta que existem dois tipos de métodos de coleta de dados, a direta e a indireta, nesta pesquisa foi utilizada a coleta de dados indireta por se utilizar trabalhos e bibliografias já publicadas.

Lakatos e Marconi (2003) classificam a abordagem do problema de pesquisa de forma qualitativa e quantitativa. Qualitativa por se obter conclusões a partir de informações confiáveis e de qualidade, quantitativa por se utilizar de informações e números da BM&FBOVESPA, diante o exposto acima o presente trabalho classificou-se como qualitativa e quantitativa.

3.2 POPULAÇÃO, AMOSTRA E PERÍODO DE ESTUDO

Com o objetivo de analisar o nível de divulgação das empresas listadas na BM&FBOVESPA de acordo com o CPC 25 – Provisões, Passivos Contingentes e Ativos Contingentes, foram analisados 05 (cinco) anos, que são os anos de 2011, 2012, 2013, 2014 e 2015. Assim foi possível verificar de forma mais ampla, como o percentual de divulgação evoluiu nesses anos, se aumentou ou diminuiu.

Nessa esfera Sampieri, Callado e Lucio (2013) destacam que amostra é um subgrupo da população no qual serão coletados os dados, que devem ser definidos com precisão, pois serão representativos da população.

Para alcançar o objetivo da pesquisa será utilizado o método de amostragem probabilística aleatória simples que de acordo com Sampieri, Callado e Lucio (2013), é o método onde todos os elementos da população têm a mesma possibilidade de serem escolhidos e esses elementos são obtidos pela definição das características da população e do tamanho da amostra e por uma seleção aleatória.

Para definir a amostra foi utilizado como erro amostral o percentual de 10% (dez por cento), um nível de confiança de 90% (noventa por cento), sendo assim com uma população de 486 companhias listadas na BM&FBOVESPA no mercado nacional dado coletado no dia 29/10/2016, foi calculado uma amostra de 60 empresas para análise do nível de divulgação conforme o CPC 25.

A fórmula utilizada para o cálculo da amostra é:

$$n = \frac{N \cdot Z^2 \cdot p \cdot (1 - p)}{Z^2 \cdot p \cdot (1 - p) + e^2 \cdot (N - 1)}$$

Onde “n” é a amostra calculada, “N” é a população, “Z” é a variável de nível de confiança, “p” é a probabilidade do evento e “e” é o erro amostral.

Para o cálculo da amostra, foi utilizado o *site* “calculadora online”², que é específica para o cálculo amostral.

² SANTOS, Glauber Eduardo de Oliveira. *Cálculo amostral*: calculadora on-line. 2017. Disponível em: <<http://www.calculoamostral.vai.la>>. Acesso em: 03 mar. 2017.

Por se tratar de amostragem probabilística aleatória simples foi utilizado o programa *Excel* (2010) para definir as empresas que compõe a amostra, de modo aleatório, onde todos os itens da população têm a mesma probabilidade de serem selecionadas.

Após selecionadas as empresas, foram excluídas da amostra 06 (seis) empresas que não tinham todos os anos divulgados para uma análise sólida, sendo que a falta de informações prejudica o resultado da análise, pois se trata de um comparativo entre os 05 (cinco) anos, sendo 2011, 2012, 2013, 2014 e 2015, na falta de informações de um ano, não é possível realizar o comparativo e alcançar o resultado esperado. As empresas excluídas por falta de divulgações anuais foram: **Ambev S/A., Biosev S.A., CVC Brasil Operadora e Agência de Viagens S.A., Forno de Minas Alimentos S.A., Ouro Fino Saúde Animal Participações S.A. e Prática Participações S.A.**

Ainda foram excluídas 06 (seis) empresas do mercado financeiro por não serem comparáveis com as empresas do mercado não financeiro, sendo as empresas: **BR Malls Participações S.A., Eletron S.A., Porto Seguro S.A., Springer S.A., Sudeste S.A. e Sul América S.A.**

Foram excluídas também 02 (duas) empresas que saíram da listagem de empresas da BM&FBOVESPA, que são as empresas: **Frigol Foods Participações S.A e Wembley S.A.**

Com isso, a amostra do presente trabalho, que seria composta por 60 empresas para análise, é composta de 46 empresas listadas na BM&FBOVESPA conforme apresentado no Quadro 1.

QUADRO 1 - Empresas componentes da amostra

RAZÃO SOCIAL	NOME DO PREGÃO
AREZZO INDÚSTRIA E COMÉRCIO S.A.	AREZZO CO
BIOMM S.A.	BIOMM
BOMBRIL S.A.	BOMBRIL
BRF S.A.	BRF SA
CAMBUCI S.A.	CAMBUCI
CELULOSE IRANI S.A.	CELUL IRANI
CENTRAIS ELET DO PARA S.A. - CELPA	CELPA
CIA CATARINENSE DE AGUAS E SANEAM. - CASAN	CASAN
CIA HERING	CIA HERING
CONSERVAS ODERICH S.A.	ODERICH
COSAN S.A. INDUSTRIA E COMERCIO	COSAN
CREMER S.A.	CREMER
ETERNIT S.A.	ETERNIT
EXCELSIOR ALIMENTOS S.A.	EXCELSIOR
FERTILIZANTES HERINGER S.A.	FER HERINGER
FIBRIA CELULOSE S.A.	FIBRIA
GAFISA S.A.	GAFISA
GERDAU S.A.	GERDAU
GOL LINHAS AEREAS INTELIGENTES S.A.	GOL
HYPERMARCAS S.A.	HYPERMARCAS
INDUSTRIAS ROMI S.A.	INDS ROMI
JBS S.A.	JBS
JSL S.A.	JSL
KLABIN S.A.	KLABIN S/A
LOCALIZA RENT A CAR S.A.	LOCALIZA
LOJAS AMERICANAS S.A.	LOJAS AMERIC
LOJAS HERING S.A.	LOJAS HERING
LOJAS RENNER S.A.	LOJAS RENNER
MAGAZINE LUIZA S.A.	MAGAZ LUIZA
MANUFATURA DE BRINQUEDOS ESTRELA S.A.	ESTRELA
MARCOPOLO S.A.	MARCOPOLO
MARFRIG GLOBAL FOODS S.A.	MARFRIG
MARISA LOJAS S.A.	LOJAS MARISA
MINERVA S.A.	MINERVA
NATURA COSMETICOS S.A.	NATURA
PBG S/A	PORTOBELLO
RANDON S.A. IMPLEMENTOS E PARTICIPACOES	RANDON PART
RECRUSUL S.A.	RECRUSUL
SARAIVA S.A. LIVREIROS EDITORES	SARAIVA LIVR
SUZANO HOLDING S.A.	SUZANO HOLD
TOTVS S.A.	TOTVS
TRISUL S.A.	TRISUL
UNICASA INDÚSTRIA DE MÓVEIS S.A.	UNICASA
UNIDAS S.A.	UNIDAS
USINAS SID DE MINAS GERAIS S.A.-USIMINAS	USIMINAS
VALE S.A.	VALE

Fonte: BM&FBOVESPA (2016), adaptado pelo autor (2016).

3.3 INSTRUMENTO DE COLETA DE DADOS

Foram elaborados 18 quesitos, sendo 06 (seis) quesitos sobre Provisões, 07 (sete) quesitos de Passivos Contingentes e 05 (cinco) quesitos de Ativos Contingentes, que proporcionaram a base para coleta de dados, conforme Quadro 2.

QUADRO 2 - Instrumento de coleta de dados

Nº	QUESITOS	ITEM DO CPC
PROVISÃO		
1	Divulgam o valor contábil no início e no fim do período das provisões?	Item 84 "a"
2	Divulgam as provisões adicionais feitas no período, incluindo aumentos nas provisões existentes?	Item 84 "b"
3	Divulgam os valores utilizados (ou seja, incorridos e baixados contra a provisão) durante o período?	Item 84 "c"
4	Divulgam os valores não utilizados revertidos durante o período das provisões?	Item 84 "d"
5	Divulgam uma breve descrição da natureza da obrigação?	Item 85 "a"
6	Divulgam uma indicação das incertezas sobre o valor das saídas?	Item 85 "b"
PASSIVO CONTINGENTE		
1	Divulgam uma breve descrição da natureza do passivo contingente na data do balanço?	Item 86
2	Divulgam a estimativa do passivo contingente e seu efeito financeiro, mensurado conforme a melhor estimativa?	Item 86 "a"
3	Divulgam a estimativa do passivo contingente e seu efeito financeiro, mensurado conforme o risco e incerteza?	Item 86 "a"
4	Divulgam a estimativa do passivo contingente e seu efeito financeiro, mensurado conforme o valor presente?	Item 86 "a"
5	Divulgam a estimativa do passivo contingente e seu efeito financeiro, mensurado conforme o evento futuro?	Item 86 "a"
6	Divulgam a indicação das incertezas relacionadas ao valor ou momento de ocorrência de qualquer saída?	Item 86 "b"
7	Divulgam a possibilidade de qualquer reembolso?	Item 86 "c"
ATIVO CONTINGENTE		
1	Divulgam uma breve descrição da natureza do ativo contingente na data do balanço?	Item 89
2	Divulgam a estimativa do ativo contingente e seu efeito financeiro, mensurado conforme a melhor estimativa?	Item 89
3	Divulgam a estimativa do ativo contingente e seu efeito financeiro, mensurado conforme o risco e incerteza?	Item 89
4	Divulgam a estimativa do ativo contingente e seu efeito financeiro, mensurado conforme o valor presente?	Item 89
5	Divulgam a estimativa do ativo contingente e seu efeito financeiro, mensurado conforme o evento futuro?	Item 89

Fonte: CPC 25 (2009), adaptado pelo autor (2016).

Os quesitos foram baseados no CPC 25 (2009), como demonstrado na segunda coluna do Quadro 2.

4 RESULTADOS E ANÁLISE DE DADOS

Procurou-se responder nesta seção o problema de pesquisa, e assim atingir os objetivos propostos da pesquisa.

As 46 empresas que permaneceram na amostra foram analisadas nos anos de 2011 a 2015, conforme os critérios de divulgação propostas no CPC 25 – Provisões, Passivos Contingentes e Ativos Contingentes (2009).

A análise foi dividida em quatro etapas, a primeira etapa tratou dos dados referentes ao reconhecimento e mensuração das provisões; a segunda etapa observou os dados referentes aos passivos contingentes; a terceira etapa analisou os dados referentes aos ativos contingentes; e por fim, na quarta etapa, foram analisados os fatores que poderiam influenciar na divulgação das informações contábeis-financeiras de acordo com a literatura existente.

A coleta de dados foi feita utilizando análise de conteúdo, ou seja, analisando e avaliando cada informação divulgada, seja nas próprias demonstrações contábeis ou em notas explicativas.

Para a análise dos dados coletados foi utilizado o sistema binário, ou seja, para cada informação (quesito) divulgado foi atribuído o numeral 01 (um), e para cada informação (quesito) não divulgado foi atribuído o numeral 0 (zero). A partir deste sistema, as informações divulgadas parcialmente foram consideradas como divulgadas e com atribuição do numeral 1.

4.1 PROVISÕES

Conforme CPC 25 (2009), um passivo cuja existência é provável e seu valor é mensurado com segurança, deve ser provisionado, e de acordo com os quesitos estipulados nesta pesquisa que corresponde aos itens 1 a 6 do instrumento de coleta de dados na categoria “Provisões”, foram obtidos os resultados dispostos no Quadro 3.

QUADRO 3 - Percentual médio de divulgação quesitos por ano “Provisões”

CLASSE DAS PROVISÕES						
Quesitos	2011	2012	2013	2014	2015	Percentual médio de divulgação
Q1	100%	100%	100%	100%	100%	100%
Q2	89%	89%	89%	89%	89%	89%
Q3	89%	89%	89%	89%	89%	89%
Q4	87%	87%	87%	87%	87%	87%
Q5	93%	93%	93%	93%	93%	93%
Q6	28%	28%	28%	28%	28%	28%
Percentual de média Quesitos por ano	81%	81%	81%	81%	81%	81%

Fonte: elaborado pelo autor (2017).

Observa-se no Quadro 3 que não houve evolução no percentual médio de divulgação dos quesitos no decorrer dos anos, as empresas mantiveram os mesmos níveis de divulgação das provisões. Verifica-se que o quesito mais divulgado foi o quesito 1, que de acordo com o CPC se trata da **“divulgação do valor contábil no início e no fim das provisões”** (item 84 “a”), onde todas as 46 empresas analisadas evidenciaram essa divulgação em suas notas explicativas, com um percentual médio de divulgação de 100% (cem por cento).

O quesito 6 foi o menos divulgado pelas empresas analisadas, que de acordo com o CPC 25 (2009) item 85 “b” se trata das empresas **“divulgarem uma indicação das incertezas sobre o valor das saídas”**, obtendo um percentual médio de divulgação de 28% (vinte e oito por cento), sendo divulgado por 13 empresas.

Ainda no Quadro 3, pode-se verificar que todos os quesitos mantiveram o nível de divulgação médio no período analisado entre os anos de 2011 a 2015, obtendo um percentual médio total de divulgação de 81% (oitenta e um por cento).

O percentual médio das empresas por ano apresentou os seguintes resultados conforme Quadro 4.

QUADRO 4 - Percentual médio de divulgação das empresas por ano “Provisões”

Ordem	NOME DA EMPRESA	2011	2012	2013	2014	2015	Média dos anos em %
1	AREZZO INDÚSTRIA E COMÉRCIO S.A.	100%	100%	100%	100%	100%	100%
2	BOMBRIL S.A.	100%	100%	100%	100%	100%	100%
3	BRF S.A.	100%	100%	100%	100%	100%	100%
4	CIA CATARINENSE DE ÁGUAS E SANEAM. - CASAN	100%	100%	100%	100%	100%	100%
5	CIA HERING	100%	100%	100%	100%	100%	100%
6	CONSERVAS ODERICH S.A.	100%	100%	100%	100%	100%	100%
7	COSAN S.A. INDUSTRIA E COMERCIO	100%	100%	100%	100%	100%	100%
8	CREMER S.A.	100%	100%	100%	100%	100%	100%
9	ETERNIT S.A.	100%	100%	100%	100%	100%	100%
10	EXCELSIOR ALIMENTOS S.A.	100%	100%	100%	100%	100%	100%
11	CAMBUCCI S.A.	83%	83%	83%	83%	83%	83%
12	CELULOSE IRANI S.A.	83%	83%	83%	83%	83%	83%
13	CENTRAIS ELET DO PARA S.A. - CELPA	83%	83%	83%	83%	83%	83%
14	FERTILIZANTES HERINGER S.A.	83%	83%	83%	83%	83%	83%
15	FIBRIA CELULOSE S.A.	83%	83%	83%	83%	83%	83%
16	GAFISA S.A.	83%	83%	83%	83%	83%	83%
17	GERDAU S.A.	83%	83%	83%	83%	83%	83%
18	GOL LINHAS AEREAS INTELIGENTES S.A.	83%	83%	83%	83%	83%	83%
19	HYPERMARCAS S.A.	83%	83%	83%	83%	83%	83%
20	INDUSTRIAS ROMI S.A.	83%	83%	83%	83%	83%	83%
21	JBS S.A.	83%	83%	83%	83%	83%	83%
22	JSL S.A.	83%	83%	83%	83%	83%	83%
23	KLABIN S.A.	83%	83%	83%	83%	83%	83%
24	LOCALIZA RENT A CAR S.A.	83%	83%	83%	83%	83%	83%
25	LOJAS AMERICANAS S.A.	83%	83%	83%	83%	83%	83%
26	LOJAS RENNER S.A.	83%	83%	83%	83%	83%	83%
27	MAGAZINE LUIZA S.A.	83%	83%	83%	83%	83%	83%
28	MARFRIG GLOBAL FOODS S.A.	83%	83%	83%	83%	83%	83%
29	MARISA LOJAS S.A.	83%	83%	83%	83%	83%	83%
30	NATURA COSMETICOS S.A.	83%	83%	83%	83%	83%	83%
31	PBG S/A	83%	83%	83%	83%	83%	83%
32	RANDON S.A. IMPLEMENTOS E PARTICIPACOES	83%	83%	83%	83%	83%	83%
33	SARAIVA S.A. LIVREIROS EDITORES	83%	83%	83%	83%	83%	83%

...continua...

...continuação...

34	SUZANO HOLDING S.A.	83%	83%	83%	83%	83%	83%
35	TOTVS S.A.	83%	83%	83%	83%	83%	83%
36	TRISUL S.A.	83%	83%	83%	83%	83%	83%
37	UNICASA INDÚSTRIA DE MÓVEIS S.A.	83%	83%	83%	83%	83%	83%
38	UNIDAS S.A.	83%	83%	83%	83%	83%	83%
39	USINAS SID DE MINAS GERAIS S.A.-USIMINAS	83%	83%	83%	83%	83%	83%
40	VALE S.A.	83%	83%	83%	83%	83%	83%
41	BIOMM S.A.	50%	50%	50%	50%	50%	50%
42	MARCOPOLO S.A.	50%	50%	50%	50%	50%	50%
43	MINERVA S.A.	50%	50%	50%	50%	50%	50%
44	LOJAS HERING S.A.	33%	33%	33%	33%	33%	33%
45	MANUFATURA DE BRINQUEDOS ESTRELA S.A.	33%	33%	33%	33%	33%	33%
46	RECRUSUL S.A.	17%	17%	17%	17%	17%	17%
Percentual Médio Total		81%	81%	81%	81%	81%	81%

Fonte: elaborado pelo autor (2017).

Conforme Quadro 4, pode-se observar que das 46 empresas da amostra, 10 empresas ou seja 21,74% das empresas divulgaram 100% (cem por cento) dos quesitos, sendo elas **Arezzo Indústria e Comércio S.A., Bombril S.A., BRF S.A., CIA Catarinense de Aguas e Saneam. - CASAN, CIA Hering, Conservas Oderich S.A., COSAN S.A. Indústria e Comércio, Cremer S.A., Eternit S.A. e Excelsior Alimentos S.A.**

Pode-se observar ainda que apenas 03 (três) empresas obtiveram divulgação abaixo de 50% (cinquenta por cento) que foram **Lojas Hering S.A.** com um percentual de 33% (trinte e três por cento), **Manufatura de Brinquedos Estrela S.A.** com um percentual de 33% (trinta e três por cento) e **Recrusul S.A.** que obteve um percentual de 17% (dezessete por cento).

Observa-se que de 46 empresas da amostra analisadas, 43 empresas tiveram mais de 50% (cinquenta por cento) de divulgação das informações contábeis conforme instituído pelo CPC 25 (2009), apenas três empresas realizaram divulgação abaixo de 50% (cinquenta por cento), assim de 100% (cem por cento) das empresas analisadas apenas 6,52% das empresas não conseguiram atingir mais da metade das divulgações impostas pelo CPC 25 (2009).

Pode-se observar ainda no Quadro 4 que as empresas mantiveram nos anos analisados entre 2011 a 2015 o mesmo índice de percentual de divulgação das informações contábeis, chegando em um percentual médio geral de divulgação de 81% (oitenta e um por

cento), com relação as divulgações de Provisões.

No Quadro 5, pode-se verificar o percentual médio de divulgação por setor.

QUADRO 5 - Percentual médio de divulgação por setor “Provisões”

PROVISÕES		
Classificação Setorial	Nº de empresas	Percentual Médio de Divulgação (%)
Bens Industriais	8	73%
Saúde	2	75%
Consumo Cíclico	15	79%
Materiais Básicos	8	83%
Tecnologia da Informação	1	83%
Consumo Não Cíclico	9	87%
Utilidade Pública	2	92%
Petróleo. Gás e Biocombustíveis	1	100%
Total	46	

Fonte: elaborado pelo autor (2017).

Nota-se que a empresa classificada no **setor de petróleo, gás e biocombustíveis** foi a que obteve maior percentual médio de divulgação, sendo o percentual de 100% (cem por cento). Em seguida vem o **setor de utilidade pública** com percentual médio de divulgação de 92% (noventa e dois por cento), com 2 empresas, e o setor que menos divulgou foi o **setor de bens industriais** com percentual médio de divulgação de 73% (setenta e três por cento), com 8 empresas.

4.2 PASSIVOS CONTINGENTES

O CPC 25 (2009) informa que na eventual existência de um passivo classificado como possível, no caso em que sua saída de recursos para sua liquidação seja possível, este passivo deve ser classificado como passivo contingente, e deve ser divulgado em notas explicativas das entidades.

Conforme CPC 25 (2009) os passivos existentes em que a saída de recursos seja classificada como remota, não deve ser divulgado ou provisionado, a empresa não reconhece e nem divulga quando a possibilidade de saída de recursos é pequena.

A análise considerou os quesitos estipulados nesta pesquisa que corresponde aos itens 1 a 7 do instrumento de coleta de dados na categoria “Passivos Contingentes”, e seus resultados foram apresentados no Quadro 6, por quesitos e anos.

QUADRO 6 - Percentual médio de divulgação quesitos por ano “Passivos Contingentes”

CLASSE DOS PASSIVOS CONTINGENTES						
Quesitos	2011	2012	2013	2014	2015	Percentual médio de divulgação
Q1	93%	93%	93%	93%	93%	93%
Q2	89%	89%	89%	89%	89%	89%
Q3	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Q4	4%	4%	4%	4%	4%	4%
Q5	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Q6	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Q7	52%	52%	52%	52%	52%	52%
Percentual de média quesitos por ano	34%	34%	34%	34%	34%	34%

Fonte: elaborado pelo autor (2017).

Observa-se no Quadro 5 que o quesito mais divulgado foi o quesito 1 com média de 93% (noventa e três por cento) no período analisado entre os anos de 2011 a 2015, onde 43 empresas analisadas divulgaram “uma breve descrição da natureza do passivo contingente na data do balanço” no período analisado, conforme item 86 do CPC 25 (2009).

O quesito 2, 3, 4, e 5 trata do método de mensuração a ser utilizado na divulgação do passivo contingente na data do balanço, ficando a critério da empresa definir qual método será utilizado em suas divulgações, conforme item 86 “a” do CPC 25 (2009). Assim o quesito 2 requer a divulgação da melhor estimativa mensurável, o quesito 3 trata da divulgação da mensuração do risco e da incerteza acerca do passivo contingente, o quesito 4 requer a divulgação da mensuração do valor presente e já o quesito 5 retrata a mensuração do evento futuro.

Neste sentido, o quesito mais divulgado foi o quesito 2 que trata da mensuração do passivo contingente com a melhor estimativa, com divulgação média de 89% (oitenta e nove por cento), sendo utilizado por 41 empresas, seguido do quesito 4 que requer a divulgação do passivo contingente mensurado ao valor presente com divulgação média de 4% (quatro por cento), utilizado por 2 empresas analisadas. Já os quesitos 3 e 5, nenhuma empresa optou por realizar a mensuração do passivo contingente utilizando dos métodos risco e incerteza e evento futuro.

O quesito 6 não foi divulgado por nenhuma empresa analisada, sendo que este quesito solicita divulgação da “**indicação de incertezas relacionadas ao valor ou momento de ocorrência de qualquer saída**”, conforme item 86 “b”, do CPC 25 (2009). O quesito 7 obteve uma média de divulgação de 52% (cinquenta e dois por cento), sendo divulgado por 24 empresas, onde de acordo com o CPC 25 (2009), a empresa deve divulgar a “**possibilidade de qualquer reembolso**”.

Após a apuração do percentual médio de divulgação por quesito por anos, foi realizado o levantamento do percentual médio de divulgação das empresas de acordo com os anos, obtendo os resultados dispostos no Quadro 7.

QUADRO 7 - Percentual médio de divulgação das empresas por ano “Passivos Contingentes”

Ordem	Nome da Empresa	2011	2012	2013	2014	2015	Média dos anos
1	CENTRAIS ELET DO PARA S.A. - CELPA	43%	43%	43%	43%	43%	43%
2	BRF S.A.	43%	43%	43%	43%	43%	43%
3	CELULOSE IRANI S.A.	43%	43%	43%	43%	43%	43%
4	CIA CATARINENSE DE AGUAS E SANEAM. - CASAN	43%	43%	43%	43%	43%	43%
5	CIA HERING	43%	43%	43%	43%	43%	43%
6	CONSERVAS ODERICH S.A.	43%	43%	43%	43%	43%	43%
7	COSAN S.A. INDUSTRIA E COMERCIO	43%	43%	43%	43%	43%	43%
8	CREMER S.A.	43%	43%	43%	43%	43%	43%
9	ETERNIT S.A.	43%	43%	43%	43%	43%	43%
10	EXCELSIOR ALIMENTOS S.A.	43%	43%	43%	43%	43%	43%
11	FERTILIZANTES HERINGER S.A.	43%	43%	43%	43%	43%	43%
12	FIBRIA CELULOSE S.A.	43%	43%	43%	43%	43%	43%
13	GAFISA S.A.	43%	43%	43%	43%	43%	43%
14	GERDAU S.A.	43%	43%	43%	43%	43%	43%
15	GOL LINHAS AEREAS INTELIGENTES S.A.	43%	43%	43%	43%	43%	43%
16	HYPERMARCAS S.A.	43%	43%	43%	43%	43%	43%
17	INDUSTRIAS ROMI S.A.	43%	43%	43%	43%	43%	43%
18	JBS S.A.	43%	43%	43%	43%	43%	43%
19	JSL S.A.	43%	43%	43%	43%	43%	43%
20	KLABIN S.A.	43%	43%	43%	43%	43%	43%
21	LOCALIZA RENT A CAR S.A.	43%	43%	43%	43%	43%	43%
22	LOJAS AMERICANAS S.A.	43%	43%	43%	43%	43%	43%
23	LOJAS RENNER S.A.	43%	43%	43%	43%	43%	43%
24	MAGAZINE LUIZA S.A.	43%	43%	43%	43%	43%	43%

...continua...

...continuação...

25	CAMBUCCI S.A.	29%	29%	29%	29%	29%	29%
26	MANUFATURA DE BRINQUEDOS ESTRELA S.A.	29%	29%	29%	29%	29%	29%
27	MARCOPOLO S.A.	29%	29%	29%	29%	29%	29%
28	MARFRIG GLOBAL FOODS S.A.	29%	29%	29%	29%	29%	29%
29	MARISA LOJAS S.A.	29%	29%	29%	29%	29%	29%
30	MINERVA S.A.	29%	29%	29%	29%	29%	29%
31	NATURA COSMETICOS S.A.	29%	29%	29%	29%	29%	29%
32	PBG S/A	29%	29%	29%	29%	29%	29%
33	RANDON S.A. IMPLEMENTOS E PARTICIPACOES	29%	29%	29%	29%	29%	29%
34	RECRUSUL S.A.	29%	29%	29%	29%	29%	29%
35	SARAIVA S.A. LIVREIROS EDITORES	29%	29%	29%	29%	29%	29%
36	SUZANO HOLDING S.A.	29%	29%	29%	29%	29%	29%
37	TOTVS S.A.	29%	29%	29%	29%	29%	29%
38	TRISUL S.A.	29%	29%	29%	29%	29%	29%
39	UNICASA INDÚSTRIA DE MÓVEIS S.A.	29%	29%	29%	29%	29%	29%
40	UNIDAS S.A.	29%	29%	29%	29%	29%	29%
41	USINAS SID DE MINAS GERAIS S.A.- USIMINAS	29%	29%	29%	29%	29%	29%
42	VALE S.A.	29%	29%	29%	29%	29%	29%
43	BOMBRIL S.A.	29%	29%	29%	29%	29%	29%
44	AREZZO INDÚSTRIA E COMÉRCIO S.A.	0%	0%	0%	0%	0%	0%
45	BIOMM S.A.	0%	0%	0%	0%	0%	0%
46	LOJAS HERING S.A.	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Percentual Médio Total		34%	34%	34%	34%	34%	34%

Fonte: elaborado pelo autor (2017).

Percebe-se que não houve evolução no nível de divulgação das empresas ao longo dos anos de 2011 a 2015 que foram analisados, as empresas mantiveram o mesmo índice de divulgação das informações, do início ao fim do período analisado.

Nota-se no Quadro 7, que 24 empresas ou seja 52,17% da amostra obtiveram um percentual médio de divulgação de 43% (quarenta e três por cento) dos quesitos, sendo divulgados 3 quesitos de 7 que poderiam ser divulgados. Ainda no Quadro 7, 19 empresas analisadas obtiveram um percentual médio de divulgação de 29% (vinte e nove por cento), divulgando em suas notas explicativas 2 quesitos de 7 quesitos do instrumento de coleta de dado que poderiam ser divulgados.

Ainda no Quadro 7, pode-se observar que 3 empresas ou seja 6,52% da amostra não divulgou nenhuma informação contábil sobre passivos contingentes, sendo as empresas: **Arezzo Indústria e comércio S.A., Biomm S.A., Lojas Hering S.A.**

No Quadro 7, é possível verificar que das 46 empresas da amostra, foi obtido um percentual médio total de divulgação de 34% (trinta e quatro por cento), analisando todos os anos e todas as empresas.

Dos passivos contingentes divulgados, em sua maioria são passivos relacionados com processos judiciais sendo cíveis, trabalhistas e fiscais, no qual as empresas os classificam como possíveis, por não terem uma certeza provável de saída de recursos para sua liquidação, ainda se ressalta que essa classificação e análise dos eventos é realizada por equipes de profissionais de auditoria especializada conforme relatório de auditoria afixado em todos os conjuntos de demonstrações contábeis analisados, e declarações feitas nas próprias notas explicativas da empresas.

No Quadro 8, pode-se observar a classificação do percentual médio de divulgação dos Passivos Contingentes por setor.

QUADRO 8 - Percentual médio de divulgação por setor “Passivos Contingentes”

PASSIVOS CONTINGENTES		
Classificação Setorial	Nº de empresas	Percentual Médio de Divulgação (%)
Saúde	2	22%
Tecnologia da Informação	1	29%
Consumo Cíclico	15	31%
Consumo Não Cíclico	9	35%
Bens Industriais	8	36%
Materiais Básicos	8	38%
Petróleo. Gás e Biocombustíveis	1	43%
Utilidade Pública	2	43%
Total	46	

Fonte: elaborado pelo autor (2017).

Nota-se no Quadro 8, que o setor que mais divulgou as informações contábeis dos passivos contingentes conforme o CPC 25 (2009), foi o **setor de utilidade pública**, com percentual médio de divulgação de 43% (quarenta e três por cento), constituída por 2 empresas, seguido pelo **setor de petróleo, gás e biocombustíveis**, com percentual médio de divulgação de 43% (quarenta e três por cento) e o setor que menos divulgou as informações,

foi o **setor de saúde** com percentual médio de divulgação de 22% (vinte e dois por cento), constituída por 2 empresas.

4.3 ATIVOS CONTINGENTES

Conforme CPC 25 (2009), quando for provável de entrada de benefícios econômicos, a entidade deve divulgar uma breve descrição da natureza dos ativos contingentes na data do balanço, e realizada a mensuração conforme instituído pelo CPC 25 (2009).

Os ativos contingentes divulgados pelas empresas tratam de processos judiciais, em sua maioria processos cíveis conforme observado nas notas explicativas analisadas, no qual a empresa espera entrada futura de benefícios econômicos.

A análise considerou os quesitos estipulados nesta pesquisa que corresponde aos itens 1 a 5 do instrumento de coleta de dados na categoria “Ativos Contingentes”, e seus resultados foram apresentados no Quadro 9, por quesitos e anos.

QUADRO 9 - Percentual médio de divulgação quesitos por ano “Ativos Contingentes”

CLASSE DOS ATIVOS CONTINGENTES						
Quesitos	2011	2012	2013	2014	2015	Percentual médio de divulgação
Q1	13%	13%	11%	11%	11%	12%
Q2	13%	13%	11%	11%	11%	12%
Q3	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Q4	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Q5	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Percentual de média Quesitos por ano	5%	5%	4%	4%	4%	5%

Fonte: elaborado pelo autor (2017).

Percebe-se no Quadro 9 que os quesitos mais divulgados, foram os quesitos 1 e 2, com percentual médio de divulgação de 12% (doze por cento) , ainda se pode observar que nos anos de 2011 e 2012 havia um percentual médio de divulgação de 13% (treze por cento), e a partir de 2013 até 2015 um percentual médio de divulgação de 11% (onze por cento), justifica-se essa mudança pelo reconhecimento dos ativos contingentes pela empresa Magazine Luiza S.A., que nos anos de 2011 e 2012 divulgou os ativos contingentes

como processos fiscais em andamento, e em 2013 reconheceu esses ativos contingentes como tributos a recuperar.

Conforme o CPC 25 (2009), o quesito 1 (um) trata da “**divulgação de uma breve descrição da natureza do ativo contingente na data do balanço**”, seguido pelo quesito 02 (dois) que trata da “**forma de mensuração pela melhor estimativa**”.

Os demais quesitos 3, 4 e 5 da análise obtiveram um percentual médio de divulgação de 0% (zero por cento), tais quesitos tratam da forma de mensuração do ativo contingente na data do balanço, em que a empresa tem a possibilidade de escolher qual método de mensuração vai aplicar em sua divulgação, sendo os métodos de melhor estimativa, risco e incerteza, valor presente e evento futuro, dessa forma utilizando um método de mensuração o outro não será utilizado. No presente trabalho, o método de mensuração mais utilizado nas empresas para divulgação dos ativos contingentes foi o método de melhor estimativa, conforme quesito 2, do instrumento de coleta de dados.

Após o levantamento dos resultados pelo percentual médio de divulgação por quesitos, foi realizado o levantamento de percentual médio de divulgação por empresa, conforme Quadro 10.

QUADRO 10 - Percentual médio de divulgação das empresas por ano “Ativos Contingentes”

Ordem	Nome da Empresa	2011	2012	2013	2014	2015	Média dos anos
1	MARCOPOLO S.A.	40%	40%	40%	40%	40%	40%
2	NATURA COSMETICOS S.A.	40%	40%	40%	40%	40%	40%
3	PBG S/A	40%	40%	40%	40%	40%	40%
4	RANDON S.A. IMPLEMENTOS E PARTICIPACOES	40%	40%	40%	40%	40%	40%
5	USINAS SID DE MINAS GERAIS S.A.- USIMINAS	40%	40%	40%	40%	40%	40%
6	MAGAZINE LUIZA S.A.	40%	40%	0%	0%	0%	16%
7	AREZZO INDÚSTRIA E COMÉRCIO S.A.	0%	0%	0%	0%	0%	0%
8	BIOMM S.A.	0%	0%	0%	0%	0%	0%
9	BOMBRIL S.A.	0%	0%	0%	0%	0%	0%
10	BRF S.A.	0%	0%	0%	0%	0%	0%
11	CAMBUCCI S.A.	0%	0%	0%	0%	0%	0%
12	CELULOSE IRANI S.A.	0%	0%	0%	0%	0%	0%
13	CENTRAIS ELET DO PARA S.A. - CELPA	0%	0%	0%	0%	0%	0%
14	CIA CATARINENSE DE AGUAS E SANEAM. - CASAN	0%	0%	0%	0%	0%	0%
15	CIA HERING	0%	0%	0%	0%	0%	0%

...continua...

...continuação...

16	CONSERVAS ODERICH S.A.	0%	0%	0%	0%	0%	0%
17	COSAN S.A. INDUSTRIA E COMERCIO	0%	0%	0%	0%	0%	0%
18	CREMER S.A.	0%	0%	0%	0%	0%	0%
19	ETERNIT S.A.	0%	0%	0%	0%	0%	0%
20	EXCELSIOR ALIMENTOS S.A.	0%	0%	0%	0%	0%	0%
21	FERTILIZANTES HERINGER S.A.	0%	0%	0%	0%	0%	0%
22	FIBRIA CELULOSE S.A.	0%	0%	0%	0%	0%	0%
23	GAFISA S.A.	0%	0%	0%	0%	0%	0%
24	GERDAU S.A.	0%	0%	0%	0%	0%	0%
25	GOL LINHAS AEREAS INTELIGENTES S.A.	0%	0%	0%	0%	0%	0%
26	HYPERMARCAS S.A.	0%	0%	0%	0%	0%	0%
27	INDUSTRIAS ROMI S.A.	0%	0%	0%	0%	0%	0%
28	JBS S.A.	0%	0%	0%	0%	0%	0%
29	JSL S.A.	0%	0%	0%	0%	0%	0%
30	KLABIN S.A.	0%	0%	0%	0%	0%	0%
31	LOCALIZA RENT A CAR S.A.	0%	0%	0%	0%	0%	0%
32	LOJAS AMERICANAS S.A.	0%	0%	0%	0%	0%	0%
33	LOJAS HERING S.A.	0%	0%	0%	0%	0%	0%
34	LOJAS RENNER S.A.	0%	0%	0%	0%	0%	0%
35	MANUFATURA DE BRINQUEDOS ESTRELA S.A.	0%	0%	0%	0%	0%	0%
36	MARFRIG GLOBAL FOODS S.A.	0%	0%	0%	0%	0%	0%
37	MARISA LOJAS S.A.	0%	0%	0%	0%	0%	0%
38	MINERVA S.A.	0%	0%	0%	0%	0%	0%
39	RECRUSUL S.A.	0%	0%	0%	0%	0%	0%
40	SARAIVA S.A. LIVREIROS EDITORES	0%	0%	0%	0%	0%	0%
41	SUZANO HOLDING S.A.	0%	0%	0%	0%	0%	0%
42	TOTVS S.A.	0%	0%	0%	0%	0%	0%
43	TRISUL S.A.	0%	0%	0%	0%	0%	0%
44	UNICASA INDÚSTRIA DE MÓVEIS S.A.	0%	0%	0%	0%	0%	0%
45	UNIDAS S.A.	0%	0%	0%	0%	0%	0%
46	VALE S.A.	0%	0%	0%	0%	0%	0%
Percentual Médio Total		5%	5%	4%	4%	4%	5%

Fonte: elaborado pelo autor (2017).

O Quadro 10 demonstra que das 46 empresas da amostra, 06 realizaram a divulgação dos ativos contingentes, ou seja apenas 13,04% da amostra, sendo as empresas **Marcopolo S.A., Natura Cosméticos S.A., PBG S/A., Randon S.A. Implementos e Participações, Usinas SID de Minas Gerais S.A. - USIMINAS e Magazine Luiza S.A.**

Ainda no Quadro 10 observa-se que das 06 (seis) empresas analisadas, 05 (cinco) empresas mantiveram a média de divulgação de 40% (quarenta por cento) nos anos 2011, 2012, 2013, 2014 e 2015, o que demonstra que as empresas nestes anos divulgaram 02 quesitos de 05 quesitos que poderiam ser divulgados, sendo os quesitos divulgados, o quesito 01 do instrumento de coleta de dados que trata da “**divulgação de uma breve descrição do ativo contingente na data do balanço**” e o quesito 02 que trata da “**divulgação de uma estimativa e efeito financeiro deste ativo contingente mensurado pela melhor estimativa**”.

A empresa **Magazine Luiza S.A.** divulgou os ativos contingentes em notas explicativas, nos anos 2011 e 2012 obtendo um percentual médio de divulgação de 16% (dezesseis por cento), pois divulgou apenas 2 anos, após o ano de 2012 o ativo foi reconhecido como tributos a recuperar, deixando então de ser ativo contingente. Conforme CPC 25 (2009), item 35 “**Os ativos contingentes devem ser avaliados periodicamente, se for certo que ocorrerá a entrada de benefícios econômicos, os ativos devem ser reconhecidos nas demonstrações contábeis, no período em que ocorrer a mudança**”.

No Quadro 11 é possível verificar o percentual médio de divulgação dos ativos contingentes por setor.

QUADRO 11 - Percentual médio de divulgação por setor “Ativos Contingentes”

ATIVOS CONTINGENTES		
Classificação Setorial	Nº de empresas	Percentual Médio de Divulgação (%)
Petróleo. Gás e Biocombustíveis	1	0%
Saúde	2	0%
Tecnologia da Informação	1	0%
Utilidade Pública	2	0%
Consumo Cíclico	15	1%
Consumo Não Cíclico	9	4%
Materiais Básicos	8	5%
Bens Industriais	8	15%
Total	46	

Fonte: elaborado pelo autor (2017).

O Quadro 11 retrata o percentual médio de divulgação por setor dos ativos contingentes, onde o setor que mais divulgou foi o setor de **bens industriais**, com percentual médio de divulgação de 15% (quinze por cento) composta de 8 empresas, já os setores de **utilidade pública, tecnologia da informação, saúde, petróleo, gás e biocombustíveis**, composto de 6 empresas, não fez nenhuma divulgação no período analisado.

4.4 FATORES QUE INFLUENCIAM O PERCENTUAL DE DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES CONTÁBEIS-FINANCEIRA

Nesta sessão foi realizada a comparação dos fatores que poderiam influenciar o percentual médio de divulgação das informações contábeis das empresas, conforme o tamanho da empresa, grau de endividamento e empresa de auditoria.

Assim, o primeiro fator analisado foi o tamanho das empresas, que foi realizado através do cálculo da mediana do ativo total de todas as empresas, para distinguir as empresas maiores das empresas menores. A mediana encontrada foi de R\$ 1.883.911,53; foram então classificadas “empresas maiores” aqueles com ativo total maior ou igual a mediana e “empresas menores” aquelas com ativo total menor que a mediana encontrada. Conforme Quadro 12.

QUADRO 12 - Determinação do “tamanho da empresa”

	EMPRESAS	Total do Ativo (Média)
EMPRESAS MAIORES	VALE S.A.	R\$ 161.206.173,53
	JBS S.A.	R\$ 37.065.594,33
	GERDAU S.A.	R\$ 29.442.712,04
	USINAS SID DE MINAS GERAIS S.A.-USIMINAS	R\$ 17.303.036,57
	BRF S.A.	R\$ 16.961.534,67
	SUZANO PAPEL E CELULOSE S.A.	R\$ 14.703.516,58
	FIBRIA CELULOSE S.A.	R\$ 13.785.501,57
	COSAN S.A. INDUSTRIA E COMERCIO	R\$ 13.149.803,43
	MARFRIG GLOBAL FOODS S.A.	R\$ 12.038.042,62
	KLABIN S.A.	R\$ 8.920.111,23
	LOJAS AMERICANAS S.A.	R\$ 7.206.304,02
	HYPERMARCAS S.A.	R\$ 6.819.498,71
	GOL LINHAS AEREAS INTELIGENTES S.A.	R\$ 5.066.581,16
	GAFISA S.A.	R\$ 4.002.664,54
	NATURA COSMETICOS S.A.	R\$ 3.554.797,45
	MINERVA S.A.	R\$ 3.155.985,29
	JSL S.A.	R\$ 2.738.425,61
	CENTRAIS ELET DO PARA S.A. - CELPA	R\$ 2.624.728,73
	RANDON S.A. IMPLEMENTOS E PARTICIPACOES	R\$ 2.590.732,14
	MAGAZINE LUIZA S.A.	R\$ 2.578.278,57
LOJAS RENNER S.A.	R\$ 2.494.635,54	
LOCALIZA RENT A CAR S.A.	R\$ 2.442.136,19	
MARCOPOLO S.A.	R\$ 2.238.225,39	
EMPRESAS MENORES	FERTILIZANTES HERINGER S.A.	R\$ 1.529.597,66
	MARISA LOJAS S.A.	R\$ 1.473.088,56
	CIA CATARINENSE DE AGUAS E SANEAM. - CASAN	R\$ 1.194.116,84
	TOTVS S.A.	R\$ 1.045.916,36
	UNIDAS S.A.	R\$ 869.191,75
	SARAIVA S.A. LIVREIROS EDITORES	R\$ 841.993,07
	TRISUL S.A.	R\$ 754.506,96
	CELULOSE IRANI S.A.	R\$ 735.886,39
	INDUSTRIAS ROMI S.A.	R\$ 732.590,69
	CIA HERING	R\$ 649.391,94
	PBG S/A	R\$ 514.971,81
	ETERNIT S.A.	R\$ 416.681,31
	CREMER S.A.	R\$ 387.081,98
	BOMBRIL S.A.	R\$ 357.227,14
	AREZZO INDÚSTRIA E COMÉRCIO S.A.	R\$ 330.837,09
	CONSERVAS ODERICH S.A.	R\$ 176.843,98
	UNICASA INDÚSTRIA DE MÓVEIS S.A.	R\$ 147.461,55
	CAMBUCI S.A.	R\$ 128.818,53
	MANUFATURA DE BRINQUEDOS ESTRELA S.A.	R\$ 106.304,27
	BIOMM S.A.	R\$ 56.568,05
RECRUSUL S.A.	R\$ 37.631,85	
LOJAS HERING S.A.	R\$ 23.743,59	
EXCELSIOR ALIMENTOS S.A.	R\$ 22.486,45	
	Mediana do Total de Ativos	R\$ 1.883.911,53

Fonte: elaborado pelo autor (2017).

Com a definição das empresas maiores e as empresas menores, ficou dividida a amostra com 23 empresas menores e 23 empresas maiores, com um total de 46 empresas da amostra. Foi realizada a comparação do percentual médio de divulgação das “empresas maiores” e “empresas menores”, com relação às Provisões, Passivos Contingentes e Ativos Contingente.

No Quadro 13, é possível verificar o comparativo do percentual médio de divulgação realizado na classe das Provisões.

QUADRO 13 - Percentual médio de divulgação das “Empresas Maiores” e “Empresas Menores” – Provisões

PROVISÕES	
Tamanho das Empresas	Média de divulgação
Empresas Maiores	82%
Empresas Menores	81%

Fonte: elaborado pelo autor (2017).

Levando em consideração a mediana alcançada de R\$ 1.883.911,53 foram divididas as empresas em 23 maiores e 23 menores, sendo que o percentual médio de divulgação das “empresas maiores” alcançou 82% (oitenta e dois por cento), e o percentual médio de divulgação das “empresas menores” alcançaram o percentual médio de divulgação de 81% (oitenta e um por cento). Nota-se que a quantidade de empresas do grupo maior com a quantidade de empresas do grupo menor é a mesma, ainda assim as “empresas maiores” têm um percentual médio de divulgação maior, com diferença de 1%, logo não se pode afirmar que o tamanho da empresa influencia no percentual médio de divulgação das empresas, pois a diferença entre os percentuais é pequena, necessitando assim de outras pesquisas para corroborar ou refutar este resultado.

No Quadro 14, é possível verificar o comparativo do percentual médio de divulgação realizado com a classe dos Passivos Contingentes.

QUADRO 14 - Percentual médio de divulgação das “Empresas Maiores” e “Empresas Menores” – Passivos Contingentes

PASSIVOS CONTINGENTES	
Tamanho das Empresas	Média de divulgação
Empresas Maiores	38%
Empresas Menores	30%

Fonte: elaborado pelo autor (2017).

Percebe-se no Quadro 14, que houve um percentual médio de divulgação de 38% (trinta e oito por cento), para as “empresas maiores” e um percentual médio de divulgação de 30% (trinta por cento) para as “empresas menores”, com uma diferença de 8% (oito por cento) no percentual médio de divulgação, logo nota-se que o tamanho influencia no nível de divulgação dos passivos contingentes.

No Quadro 15, é demonstrado o comparativo do percentual médio de divulgação realizado com a classe dos Ativos Contingentes.

QUADRO 15 - Percentual médio de divulgação das “Empresas Maiores” e “Empresas Menores” – Ativos Contingentes

ATIVOS CONTINGENTES	
Tamanho das Empresas	Média de divulgação
Empresas Maiores	8%
Empresas Menores	2%

Fonte: elaborado pelo autor (2017).

Nota-se no Quadro 15, que as empresas maiores tiveram um percentual médio de divulgação de 8% (oito por cento), e as empresas menores um percentual médio de divulgação de 2% (dois por cento), uma diferença de 6% (seis por cento), no percentual médio de divulgação, logo o tamanho influencia no nível de divulgação dos ativos contingentes.

O segundo fator a ser analisado, que poderia influenciar nas divulgações das empresas, é o índice de endividamento. O índice de endividamento das empresas foi calculado a partir do total de passivos (curto e longo prazo), dividido pelo total de ativos e multiplicando-se por 100. Após encontrar o índice de endividamento por ano, foi feita a média de todos os anos. Assim foi calculada a mediana do índice de endividamento, onde foi encontrado o percentual de 67% (sessenta e sete por cento), onde as empresas com índice de endividamento igual ou maior que 67% (sessenta e sete por cento), foram classificadas “empresas com maior endividamento”, e as empresas com percentual menor que 67% (sessenta e sete por cento), foram classificadas “empresas com menor endividamento”. Os resultados foram apresentados no Quadro 16.

QUADRO 16 - Determinação das empresas com maior endividamento e as empresas com menor endividamento

	EMPRESAS	Média da Quantidade de Endividamento
EMPRESAS COM MAIOR ENDIVIDAMENTO	RECRUSUL S.A.	100%
	MANUFATURA DE BRINQUEDOS ESTRELA S.A.	100%
	BIOMM S.A.	100%
	BOMBRIIL S.A.	100%
	CIA HERING	100%
	GOL LINHAS AEREAS INTELIGENTES S.A.	100%
	JSL S.A.	98%
	CAMBUCI S.A.	92%
	MINERVA S.A.	91%
	CENTRAIS ELET DO PARA S.A. - CELPA	88%
	MARFRIG GLOBAL FOODS S.A.	88%
	LOJAS AMERICANAS S.A.	87%
	FERTILIZANTES HERINGER S.A.	86%
	MAGAZINE LUIZA S.A.	85%
	PBG S/A	81%
	NATURA COSMETICOS S.A.	79%
	LOJAS HERING S.A.	75%
	CONSERVAS ODERICH S.A.	70%
	LOCALIZA RENT A CAR S.A.	70%
	CELULOSE IRANI S.A.	68%
CREMER S.A.	68%	
KLABIN S.A.	67%	
RANDON S.A. IMPLEMENTOS E PARTICIPACOES	67%	
EMPRESAS COM MENOR ENDIVIDAMENTO	EXCELSIOR ALIMENTOS S.A.	66%
	SARAIVA S.A. LIVREIROS EDITORES	66%
	JBS S.A.	64%
	LOJAS RENNER S.A.	64%
	MARCOPOLO S.A.	63%
	GAFISA S.A.	62%
	SUZANO HOLDING S.A.	61%
	MARISA LOJAS S.A.	60%
	COSAN S.A. INDUSTRIA E COMERCIO	59%
	BRF S.A.	57%
	UNIDAS S.A.	57%
	TRISUL S.A.	55%
	INDUSTRIAS ROMI S.A.	54%
	FIBRIA CELULOSE S.A.	48%
	GERDAU S.A.	48%
	VALE S.A.	48%
	CIA CATARINENSE DE AGUAS E SANEAM. - CASAN	47%
	HYPERMARCAS S.A.	47%
	TOTVS S.A.	45%
	USINAS SID DE MINAS GERAIS S.A.-USIMINAS	42%
ETERNIT S.A.	41%	
AREZZO INDÚSTRIA E COMÉRCIO S.A.	26%	
UNICASA INDÚSTRIA DE MÓVEIS S.A.	24%	

Fonte: elaborado pelo autor (2017).

Com a separação das “empresas com maior endividamento” e as “empresas com menor endividamento” foi realizado o comparativo de acordo com o percentual médio de divulgação das empresas com relação às Provisões, Passivos Contingentes e Ativos Contingentes.

No Quadro 17 é possível verificar o comparativo do percentual médio de divulgação das Provisões.

QUADRO 17 - Percentual médio de divulgação das “Empresas com Maior Endividamento” e “Empresas com Menor Endividamento” – Provisões

PROVISÕES	
Grau de Endividamento das Empresas	Média de divulgação
Empresas com Maior Endividamento	76%
Empresas com Menor Endividamento	86%

Fonte: elaborado pelo autor (2017).

Nota-se no Quadro 17 que o fator índice de endividamento não confirmou a hipótese de que quanto mais endividada a empresa, maior será seu índice médio de divulgação, pois de acordo com os estudos realizados, quanto maior o índice de endividamento das empresas, maior seria o nível de divulgação, no quadro, é possível identificar que houve uma diferença de 10% (dez por cento) no percentual médio de divulgação, sendo as “empresas com maior endividamento”, com percentual médio de divulgação de 76% (setenta e seis por cento), e as “empresas com menor endividamento” com percentual médio de divulgação de 86% (oitenta e seis por cento). Ressalta ainda que no caso das provisões, novas pesquisas deverão ser realizadas para corroborar ou refutar nossos resultados, pois se nota que não há um consenso entre a hipótese proposta e o resultado encontrado.

No Quadro 18, é possível verificar o comparativo do percentual médio de divulgação dos Passivos Contingentes.

QUADRO 18 - Percentual médio de divulgação das “Empresas com Maior Endividamento” e “Empresas com Menor Endividamento” – Passivos Contingentes

PASSIVOS CONTINGENTES	
Grau de Endividamento das Empresas	Média de divulgação
Empresas com Maior Endividamento	33%
Empresas com Menor Endividamento	35%

Fonte: elaborado pelo autor (2017).

Percebe-se no Quadro 18, que o índice de endividamento apresentou um índice maior para as “empresas com menor endividamento”, no entanto, a diferença é pequena, apenas de 2% (dois por cento). Apesar do resultado não confirmar a hipótese proposta de que empresas com maior índice de endividamento apresentam índices médios de divulgação maiores, a diferença é pequena, e sensível, pois no caso da utilização de médias, se mais um quesito fosse divulgado, o resultado poderia ter sido diferente, ou seja, o resultado é sensível, necessitando de outras pesquisas para que a hipótese possa ser corroborado ou refutada.

No Quadro 19, é possível verificar o comparativo do percentual médio de divulgação dos Ativos Contingentes.

QUADRO 19 - Percentual médio de divulgação das “Empresas com Maior Endividamento” e “Empresas com Menor Endividamento” – Ativos Contingentes

ATIVOS CONTINGENTES	
Grau de Endividamento das Empresas	Média de divulgação
Empresas com Maior Endividamento	6%
Empresas com Menor Endividamento	3%

Fonte: elaborado pelo autor (2017).

De acordo com o Quadro 19, referente ao comparativo do percentual médio de divulgação dos ativos contingentes, é possível verificar que o índice de endividamento, influenciou na divulgação das empresas, pois as empresas com maior endividamento obtiveram um percentual médio de divulgação de 6% (seis por cento), e as empresas com menor endividamento obtiveram um percentual médio de divulgação de 3% (três por cento), com uma diferença de 3% (três por cento), entre os grupos. E novamente, ressalta-se que os resultados apresentaram uma diferença pequena, ou seja, 3% (três por cento), sendo considerada uma diferença sensível para confirmar a hipótese, necessitando de mais pesquisas para corroboração ou refutação da mesma.

O terceiro fator que poderia influenciar na divulgação das empresas é a empresa de auditoria. Para classificação da empresa de auditoria, foram consideradas as maiores empresas de auditoria do Brasil, chamadas de *Big Four* que são as empresas Delloite, Ernst & Young, KPMG e PricewaterhouseCoopers, assim para as empresas da amostra auditadas pelas *Big Four*, foi atribuído o número 1 (um) e as empresas não auditado atribuído o número 0 (zero), conforme demonstrado no Quadro 20.

QUADRO 20 - Classificação das empresas pela variável empresa de auditoria

NOME DA EMPRESA	VARIÁVEL DE AUDITORIA
CAMBUCI S.A.	0
CIA CATARINENSE DE AGUAS E SANEAM. - CASAN	0
CONSERVAS ODERICH S.A.	0
EXCELSIOR ALIMENTOS S.A.	0
FIBRIA CELULOSE S.A.	0
JBS S.A.	0
LOJAS HERING S.A.	0
MANUFATURA DE BRINQUEDOS ESTRELA S.A.	0
MARFRIG GLOBAL FOODS S.A.	0
MINERVA S.A.	0
RECRUSUL S.A.	0
TRISUL S.A.	0
AREZZO INDÚSTRIA E COMÉRCIO S.A.	1
BIOMM S.A.	1
BOMBRIL S.A.	1
BRF S.A.	1
CELULOSE IRANI S.A.	1
CENTRAIS ELET DO PARA S.A. - CELPA	1
CIA HERING	1
COSAN S.A. INDUSTRIA E COMERCIO	1
CREMER S.A.	1
ETERNIT S.A.	1
FERTILIZANTES HERINGER S.A.	1
GAFISA S.A.	1
GERDAU S.A.	1
GOL LINHAS AEREAS INTELIGENTES S.A.	1
HYPERMARCAS S.A.	1
INDUSTRIAS ROMI S.A.	1
JSL S.A.	1
KLABIN S.A.	1
LOCALIZA RENT A CAR S.A.	1
LOJAS AMERICANAS S.A.	1
LOJAS RENNER S.A.	1
MAGAZINE LUIZA S.A.	1
MARCOPOLO S.A.	1
MARISA LOJAS S.A.	1
NATURA COSMETICOS S.A.	1
PBG S/A	1
RANDON S.A. IMPLEMENTOS E PARTICIPACOES	1
SARAIVA S.A. LIVREIROS EDITORES	1
SUZANO PAPEL E CELULOSE S.A.	1
TOTVS S.A.	1
UNICASA INDÚSTRIA DE MÓVEIS S.A.	1
UNIDAS S.A.	1
USINAS SID DE MINAS GERAIS S.A.-USIMINAS	1
VALE S.A.	1

Fonte: elaborado pelo autor (2017).

Após a classificação das empresas pela variável auditoria, foi realizado o comparativo do percentual médio de divulgação das empresas auditadas pelas *Big Four* com os percentuais médios das empresas que não são auditadas pelas *Big Four*.

No Quadro 21, é possível verificar o comparativo dos percentuais médios de divulgação das Provisões.

QUADRO 21 - Percentual médio de divulgação das “Empresas Auditadas pelas *Big Four*” e “Empresas não Auditadas pelas *Big Four*” – Provisões

PROVISÕES	
Variável Auditoria	Média de divulgação
Empresas auditadas pelas <i>Big Four</i>	85%
Empresas não auditadas pelas <i>Big Four</i>	71%

Fonte: elaborado pelo autor (2017).

No Quadro 21, é possível verificar que as empresas auditadas pelas *Big Four*, obtiveram um percentual médio de divulgação de 85% (oitenta e cinco por cento), e as empresas não auditadas pelas *Big Four*, obtiveram um percentual médio de divulgação de 71% (setenta e um por cento), com uma diferença de 14% (quatorze por cento), sendo assim o fator empresa de auditoria influencia significativamente na divulgação das provisões.

No Quadro 22, é possível verificar o comparativo dos percentuais médios de divulgação dos Passivos Contingentes.

QUADRO 22 - Percentual médio de divulgação das “Empresas Auditadas pelas *Big Four*” e “Empresas não Auditadas pelas *Big Four*” – Passivos Contingentes

PASSIVOS CONTINGENTES	
Variável Auditoria	Média de divulgação
Empresas auditadas pelas <i>Big Four</i>	35%
Empresas não auditadas pelas <i>Big Four</i>	32%

Fonte: elaborado pelo autor (2017).

Nota-se no Quadro 22, que as empresas auditadas pelas *Big Four*, obtiveram um percentual médio de divulgação maior que as empresas não auditadas pelas *Big Four*, com uma variação de 3% (três por cento) maior, sendo assim o fator auditoria influencia na divulgação dos Passivos Contingentes, porém se deve ressaltar que a diferença é pequena, ou seja sensível, quando se trabalha com médias, devendo ser feitas novas pesquisas que possam corroborar ou refutar a hipótese proposta de que as empresas auditadas pelas *Big Four*

divulgam mais informações que as empresas auditadas pelas demais empresas de auditoria, neste caso, para os passivos contingentes, especificamente.

No Quadro 23, é possível verificar o comparativo dos percentuais médios de divulgação dos Ativos Contingentes.

QUADRO 23 - Percentual médio de divulgação das “Empresas Auditadas pelas *Big Four*” e “Empresas não Auditadas pelas *Big Four*” – Ativos Contingentes

ATIVOS CONTINGENTES	
Variável Auditoria	Média de divulgação
Empresas auditadas pelas <i>Big Four</i>	6%
Empresas não auditadas pelas <i>Big Four</i>	0%

Fonte: elaborado pelo autor (2017).

Percebe-se no Quadro 23, que o percentual médio de divulgação das empresas auditadas pelas *Big Four* foi de 6% (seis por cento), maior que o percentual médio das empresas não auditadas de 0% (zero por cento), dessa forma o fator empresa de auditoria influencia significativamente na divulgação dos ativos contingentes.

4.5 LIMITAÇÕES DA PESQUISA

Na coleta de dados realizada, houve uma limitação relacionado à algumas divulgações estarem confusas com relação às Provisões e Passivos Contingentes, pois algumas empresas divulgam a provisão classificada como um passivo “possível”, mas no CPC 25 (2009), deixa claro que um passivo classificado como “possível”, não deve ser provisionado, e sim divulgado como Passivo Contingente.

Dessa forma ficou a critério do pesquisador classificar conforme CPC 25 (2009), sendo assim, na coleta de dados realizada todas as informações contidas em notas explicativas, cujos passivos eram classificados como “possível”, foram classificados pelo pesquisador como Passivos Contingentes.

No caso de divulgação de informações incompletas, ficou a cargo do pesquisador, definir se esta informação seria classificada como divulgada ou não, e nesta pesquisa, optou-se por classificar a informação como divulgada, já que foi utilizada variável dicotômica (sistema binário) para a coleta de dados, ou seja, só havia as opções de “divulgou” ou “não divulgou” a informação.

Esta pesquisa analisou informações de demonstrações contábeis publicadas até o dia 26 de maio de 2017, porém se alguma empresa publicou adendos ou retificou suas demonstrações contábeis após este período, não foi considerado nesta pesquisa, o que foi considerado com uma limitação.

Outra limitação a ser considerada nesta pesquisa é o fato das empresas não divulgarem nenhuma nota a respeito dos ativos contingentes, provisões e passivos contingentes, pois não se sabe se a empresa optou por não divulgar a informação ou se não existia informações a serem divulgadas, já que as empresas adotam suas próprias políticas de divulgação, e podem decidir não divulgar mesmo tendo a informação disponível por julgarem ser negativa à imagem da empresa.

5 CONSIDERAÇÕES FINAIS

Esta pesquisa buscou analisar o índice de divulgação das empresas listadas na BM&FBOVESPA, para verificar se as empresas atendem aos requisitos obrigatórios de acordo com o CPC 25 (2009), de que trata das exigências de divulgação, reconhecimento e mensuração das Provisões, Passivos Contingentes e Ativos Contingentes. Dando uma importância ao pronunciamento instituído em 2009, pois são informações de grande relevância ao mercado de ações, investidores e credores.

Para isso foi realizado uma análise nas notas explicativas e demonstrações contábeis padronizadas de 46 empresas, divulgadas no site da BM&FBOVESPA, no período de 2011, 2012, 2013, 2014 e 2015, respondendo pelo método binário 18 quesitos retirados do CPC 25 (2009).

Realizadas as análises foi possível concluir que as empresas estão obedecendo parcialmente os requisitos obrigatórios de divulgação das “Provisões”, pois as empresas obtiveram um percentual médio total de 81% (oitenta e um por cento) de divulgação em todos os anos analisados. Na análise realizada, 10 empresas que se destacaram divulgando 100% (cem por cento), dos requisitos obrigatórios das Provisões, que foram **Arezzo Indústria e Comércio S.A., Bombril S.A., BRF S.A., CIA Catarinense de Águas e Saneam. - CASAN, CIA Hering, Conservas Oderich S.A., COSAN S.A. Indústria e Comércio, Cremer S.A., Eternit S.A e Excelsior Alimentos S.A.**

Com relação aos Passivos Contingentes, foi possível concluir que as empresas estão obedecendo parcialmente aos requisitos obrigatórios de divulgação instituídos pelo CPC 25 (2009), de acordo com análise realizada, as empresas obtiveram um percentual médio total de divulgação de 34% (trinta e quatro por cento), sendo que 50% (cinquenta por cento) da amostra ou seja 24 empresas obtiveram um percentual médio de divulgação dos quesitos de 43% (quarenta e três por cento), sendo divulgado 3 quesitos de 7 que poderiam ser divulgados, 19 empresas obtiveram um percentual médio de divulgação de 29% (vinte e nove por cento), divulgando 2 quesitos de 7 que poderiam ser divulgados e 3 empresas não divulgou nenhum quesito.

Os Ativos Contingentes são classes que não se têm muita divulgação, devido se tratar em sua maioria de processos judiciais, em que as empresas analisadas são as reclamantes, mas com os resultados obtidos na pesquisa, foi possível concluir que as empresas estão divulgando parcialmente os requisitos obrigatórios instituídos pelo CPC 25 (2009). Na classe de Ativos

Contingentes as empresas analisadas obtiveram um percentual médio de divulgação total de 5% (cinco por cento), sendo as empresas que se destacaram foi **Marcopolo S.A., Natura Cosméticos S.A., PBG S/A, Randon S.A. Implementos e Participações e Usinas Sid De Minas Gerais S.A.-USIMINAS**, com percentual médio de divulgação dos quesitos de 40% (quarenta por cento), divulgando 2 quesitos de 5 que poderiam ser divulgados.

Com relação aos fatores que influenciam na divulgação das empresas identificou na presente pesquisa que a variável tamanho da empresa e empresa de auditoria pode colaborar para o aumento de divulgação das empresas, já o índice de endividamento demonstrou que não influencia na divulgação, sendo necessárias outras pesquisas para afirmar ou negar essa possibilidade.

No entanto, é necessário realizar novas pesquisas sobre o tema, fazer uma utilização de uma amostra maior das empresas listadas na BM&FBOVESPA, a fim de obter melhores resultados de análise, e assim afirmar com clareza que as empresas estão aderindo os requisitos obrigatórios do CPC 25(2009).

REFERÊNCIAS

- ALMEIDA, M. A. *Codificando o alfabeto por meio do sistema de numeração binário*. 2013. 57f. Dissertação (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: 25 set. 2016.
- BISQUERRA, R.; SARRIERA, J. C.; MARTÍNEZ, F. *Introdução a estatística: enfoque informático com o pacote estatístico SPSS*. Porto Alegre: Bookman, 2007.
- BRAGA, J. P. Determinantes do nível de divulgação ambiental nas demonstrações Contábeis de empresas brasileiras. *Revista de Contabilidade*, UFBA, Salvador, v. 3, n. 3 p. 81-95, set./dez. 2009. Disponível em: <<https://portalseer.ufba.br/index.php/rcontabilidade/article/view/3819/2790>>. Acesso em: 23 set. 2016.
- BRASIL. *Deliberação CVM nº 489*, de 03 de outubro de 2005. Aprova o pronunciamento do IBRACON NPC n. 22 sobre provisões, passivos, contingências passivas e contingências ativas. Disponível em: <<http://www.normaslegais.com.br/legislacao/contabil/deliberacaoocvm489.htm>>. Acesso em: 20 set. 2016.
- _____. *Deliberação CVM nº 594*, 15 de setembro de 2009. Aprova o Pronunciamento Técnico CPC 25 do Comitê de Pronunciamentos Contábeis, que trata de provisões, passivos contingentes e ativos contingentes. Disponível em: <<http://www.normaslegais.com.br/legislacao/contabil/deliberacaoocvm489.htm>>. Acesso em: 20 set. 2016.
- CARVALHO, F. A.; OLIVEIRA, M. C.; RIBEIRO, M. S.; SAMPAIO, M. S. A. Os efeitos da adoção dos conceitos e das práticas de governança corporativa na transparência das informações evidenciadas por empresas brasileiras do setor de papel e celulose. In: *Congresso USP de Controladoria e Contabilidade*. 16f. 2004. Disponível em: <<http://www.congressosp.fipecafi.org/web/artigos42004/178.pdf>>. Acesso em: 29 out. 2016.
- CPC - Comitê de Pronunciamentos Contábeis. *Pronunciamento Técnico CPC 25*. Provisões, Passivos Contingentes e Ativos Contingentes. Correlação às Normas Internacionais de Contabilidade – IAS 37. Brasília: CPC, 2009. Disponível em: <http://static.cpc.mediagroup.com.br/Documentos/304_CPC_25_rev%2006.pdf>. Acesso em: 29 set. 2016.
- FARIAS, M. R. S. *Divulgação do passivo: um enfoque sobre o passivo contingente no setor químico e petroquímico brasileiro*. São Paulo: USP, 2004. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, 2004. Disponível em: <<http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12136/tde-09012006-121101/pt-br.php>>. Acesso em: 20 set. 2016.
- GIL, A. C. *Como elaborar projetos de pesquisa*. 4. ed. São Paulo: Atlas, 2002.

JUSTI, J.; VIEIRA, T. P. *Manual para padronização de trabalhos de graduação e pós graduação lato sensu e stricto sensu*. Rio Verde: Ed. UniRV, 2016.

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

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: set. 2016.

MURCIA, F. D.; SANTOS, A. Fatores determinantes do nível de *disclosure* voluntário das companhias abertas no Brasil. *REPeC – Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade*, v. 3, n. 2, art. 4, p. 72-95, 2009. Disponível em: <<http://www.repec.org.br/index.php/repec/article/view/68/58>>. Acesso em: 26 set. 2016.

NANINNI, L. C.; SALOTTI, B. M. IAS 37 - Provisões, contingências passivas e contingências ativas. In: *Ernest e Young FIPECAFI*. Manual de normas internacionais de contabilidade: IFRS versus normas brasileiras. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

OLIVEIRA, A. F.; BENETTI, J. E.; VARELA, P. S. *Disclosure* das provisões e dos passivos e ativos contingentes: um estudo em empresas listadas na BM&FBOVESPA. In: *Congresso AnpCONT*, 5, 2011. Anais... Vitória, ES: AnpCONT, 2011. Disponível em: <<http://congressos.anpcont.org.br/congressos-antigos/v/images/250-2.pdf>>. Acesso em: 28 set. 2016.

PEREIRA, A. C.; GIUNTINI, N.; BOAVENTURA, W. R. A mensuração dos passivos ocultos: um desafio para a contabilidade. In: *Congresso brasileiro de Custos*, 2002, São Paulo. Anais... São Paulo: CBC, 2008. Disponível em: <<https://anaiscbc.emnuvens.com.br/anais/article/viewFile/2700/2700>>. Acesso em: 29 set. 2016.

PRODANOV, C. C.; FREITAS, E. C. *Metodologia do trabalho científico: métodos e técnicas da pesquisa e do trabalho acadêmico*. 2. ed. Novo Hamburgo: Universidade Feevale, 2013. 275p.

RIBEIRO, A. C. *Provisões, contingências e normas contábeis: um estudo de gerenciamento de resultados com contencioso legal no Brasil*. Ribeirão Preto: Universidade de São Paulo, 2012. Dissertação (Mestrando em Ciências) – Programa de Pós-Graduação em Controladoria e Contabilidade, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade de Ribeirão Preto, Ribeirão Preto, 2012. Disponível em: <www.teses.usp.br/teses/disponiveis/96/96133/tde.../AntonioCRibeiro_Corrigida.pdf>. Acesso em: 28 set. 2016.

SAMPIERI, R. H.; CALLADO, C. F.; LUCIO, M. P. B. *Métodos de pesquisa*. Porto Alegre: Penso, 2013.

SANTOS, G. E. O. *Cálculo amostral: calculadora on-line*. 2017. Disponível em: <<http://www.calculoamostral.vai.la>>. Acesso em: 03 mar. 2017.

SANTOS, L. E. Demonstrações contábeis decifradas: aula 4. *Contabilidade decifrada*, 2004. Disponível em: <http://www.contabilidadedecifrada.com.br/upload/topico/pdf_envios/aula-004-04-02-04-a-texto.pdf>. Acesso em: 20 set. 2016.

SILVA, T. S. *Análise do cumprimento das exigências de reconhecimento, mensuração e divulgação das provisões e passivos contingentes em empresas de mineração, siderurgia e metalurgia*. 2012. 27 f. Trabalho de Conclusão (Bacharel em Ciências Contábeis) – Universidade Federal do Rio Grande do Sul, Porto Alegre, 2012. Disponível em: <<http://www.lume.ufrgs.br/bitstream/handle/10183/61944/000867344.pdf?sequence=1>>. Acesso em: 29 set. 2016.

SUAVE, R.; CODESSO, M. M.; PINTO, H. M.; VICENTE, E. F. R.; LUNKES, R. J. Divulgação de passivos contingentes nas empresas mais líquidas da BM&FBOVESPA. *Revista da UNIFEBE*, v. 1, n. 11, 2013. Disponível em: <<http://periodicos.unifebe.edu.br/index.php/revistaeletronicadaunifebe/article/view/130/61%3E>>. Acesso em: 29 set. 2016.