

**UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA
CENTRO SOCIOECONÔMICO
CURSO DE CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

KARINE SEDRES MACHADO

**INFORMAÇÕES POR SEGMENTO: COMPORTAMENTO DAS EMPRESAS
LISTADAS NO ÍNDICE DE SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL**

**FLORIANÓPOLIS
2019**

KARINE SEDRES MACHADO

**INFORMAÇÕES POR SEGMENTO: COMPORTAMENTO DAS EMPRESAS
LISTADAS NO ÍNDICE DE SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL**

Monografia apresentada à Universidade Federal de Santa Catarina como um dos pré-requisitos para a obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis.

Orientador(a): Prof^ª. Dr^ª. Denize Demarche Minatti Ferreira.

Coorientador: Gerson Jardel Kazmirczak.

**FLORIANÓPOLIS
2019**

KARINE SEDRES MACHADO

**INFORMAÇÕES POR SEGMENTO: COMPORTAMENTO DAS EMPRESAS
LISTADAS NO ÍNDICE DE SUSTENTABILIDADE EMPRESARIAL**

Esta monografia foi apresentada como trabalho de conclusão de curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Santa Catarina – UFSC, obtendo nota média de _____ atribuída pela banca constituída pelos professores abaixo mencionados:

Prof. Fernando Richartz, Dr.

Coordenador de Monografia do CCN

Professores que compuseram a banca:

Prof^a. Denize Demarche Minatti Ferreira, Dr^a.

Presidente (Orientadora)

Gerson Jardel Kazmirczak

Coorientador

Prof. Dr. José Alonso Borba

Membro

Florianópolis, _____ de junho de 2019.

AGRADECIMENTOS

Agradeço, primeiramente a Deus por me proporcionar uma vida saudável.

Agradeço a todos que de alguma forma cruzaram meu caminho nesses quase cinco anos de graduação, alguns que hoje permanecem outros que hoje se ausentam, todos vocês tiveram muita importância nessa trajetória, por todo o carinho, broncas e ajuda que todos me proporcionaram para esse crescimento tão importante.

A todos os professores que passaram seus conhecimentos, a todos os colegas de turma que trocávamos ideias e lamúrias diariamente.

Agradeço a Professora Denize e ao Gerson por toda a ajuda na elaboração desse trabalho, todas as conversas e apoio, além da confiança que depositaram em mim.

Agradeço meus familiares principalmente meus pais, Paulo e Neusa, primeiramente por me proporcionar estudar na UFSC, longe de casa, sem vocês nada disso seria possível, além de toda a estrutura e conversas de incentivo, vocês mais do que ninguém sempre confiaram em mim e no meu potencial.

Também agradeço aos meus estágios e trabalhos onde consegui pôr em prática todo o aprendizado que adquiri nessa Universidade.

Muito obrigada e desculpe qualquer estresse que isso tenha causado em mim que tenha refletido em alguém. Hoje é mais um degrau que é alcançado. Obrigada!

RESUMO

MACHADO, Karine Sedres. **Informações por Segmento: Comportamento das Empresas Listadas no Índice de Sustentabilidade Empresarial. 41 pgs.** Monografia do Curso de Ciências Contábeis. Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis.

Com a globalização e a convergências para as normas contábeis internacionais, a informação sobre segmentos possui crescente importância nas análises econômico-financeiras das empresas, além de colaborar com a transparência. Em 2009, foi emitido o pronunciamento CPC 22, que discorre sobre a divulgação sobre segmentos das empresas e a forma como devem ser definidos seus segmentos operacionais. Perante as ausências de divulgação de tais informações, este estudo possui como objetivo verificar quais as informações por segmentos nas companhias e como estes estão sendo divulgados. Concomitantemente será verificada a frequência da divulgação da informação, e a forma que tais relatórios estão sendo evidenciados e, se atendem aos requisitos mínimos do CPC 22. A pesquisa desenvolve-se com a análise de conteúdo das Notas Explicativas, dos anos de 2015 a 2018 das empresas listadas na carteira do ISE (Índice de Sustentabilidade Empresarial). A carteira possui hoje 28 companhias listadas entre 12 setores de atuação brasileiras, totalizando 112 demonstrações analisadas. Referente a divulgação das informações por segmento, os resultados indicam que as empresas não possuem uniformidade nas práticas contábeis, o que pode ser indicado por conta das diferentes estruturas organizacionais e a discricionariedade dada pelo CPC 22. Essa disparidade entre as demonstrações encontra-se até mesmo em empresas do mesmo setor. Com os resultados do estudo observou-se que as empresas possuem preferência de divulgação das informações por linha de negócio. Verificou-se também que o nível de divulgação das empresas não explorou todos os tópicos mencionados no pronunciamento, e por isso não houve o cumprimento total dos requisitos do CPC 22.

Palavras-chave: CPC 22; Segmentos operacionais; Relatórios gerenciais; Práticas de divulgação.

LISTA DE QUADROS

Quadro 1- Composição da Amostra.....	25
Quadro 2- Distribuição da amostra por setores.....	26
Quadro 3 - Intensidade de divulgação.....	26
Quadro 4 - Relação de itens que devem ser divulgados pelas empresas.....	27
Quadro 5- Empresas que não mencionam a existência de informações sobre segmento.....	28
Quadro 6- Número de segmentos divulgados por empresas nos anos de pesquisa.....	30
Quadro 7 - Número de segmentos divulgados por produto x região.....	31
Quadro 8 – Divulgação de segmentos pela Natura S.A, WEG e Brasken.....	32
Quadro 9 – Divulgação de segmentos pela Duratex, Itaú Unibanco e Duratex.....	32
Quadro 10 – Número de segmentos divulgados.....	33
Quadro 11 – Comparação da divulgação dos segmentos pelo setor bancário.....	33
Quadro 12 – Comparação da divulgação dos segmentos pelo setor de energia elétrica.....	34

LISTA DE GRÁFICOS

Gráfico 1 - Setores da Amostra.....	29
Gráfico 2 - Média da divulgação por segmento.....	31

LISTA DE SIGLAS E ABREVIATURAS

ANELL: Agência Nacional De Energia Elétrica

BACEN: Banco Central do Brasil

CPC: Comitê de Pronunciamentos Contábeis

CFC: Conselho Federal de Contabilidade

CVM: Comissão de Valores Mobiliários

FASB: *Financial Accounting Standards Board*

IAS: *International Accounting Standards*

IASB: *International Accounting Standards Board*

IASC: *International Accounting Standards Committee*

IFRS: *International Financial Reporting Standard*

IFTS: Informações Financeiras Trimestrais

ISE: Índice de Sustentabilidade Empresarial

NE: Notas Explicativas

SFAS: *Statement of Financial Accounting Standards*

SUMÁRIO

1	INTRODUÇÃO	10
1.1	PROBLEMA.....	12
1.2	OBJETIVOS GERAL E ESPECÍFICOS	12
1.3	JUSTIFICATIVA	13
1.4	DELIMITAÇÃO DA PESQUISA	14
1.5	ESTRUTURA DO TRABALHO	14
2	FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA	15
2.1	BREVE HISTÓRICO	15
2.2	SEGMENTO.....	16
2.3	ESTUDOS SIMILARES	20
3	PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS	24
4	ANÁLISE DOS RESULTADOS.....	28
5	CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES	36
	REFERÊNCIAS	37

1 INTRODUÇÃO

A iniciativa do Conselho Federal de Contabilidade (CFC) em convergir aos padrões contábeis internacionais *International Financial Reporting Standards* (IFRS), fez com que a contabilidade passasse por mudanças. O responsável pela convergência dos pronunciamentos, emitidos pelo *International Accounting Standards Board* (IASB), ficou a cargo do Comitê de Pronunciamento Contábeis (CPC), em que cada pronunciamento do CPC corresponde a uma norma do IASB e dentre esses destaca-se o CPC 22, que descreve as tratativas das informações por segmento. Desta forma, as informações por segmento tornaram-se de divulgação obrigatória para as empresas brasileiras desde 2010.

Com a globalização e a procura por expansão, onde as empresas estão se tonando internacionais, a bolsa de valores possui papel fundamental para tais inspirações, pois é uma forma de as empresas captarem dinheiro, sem ter que financiar. Para isso, as empresas listadas na bolsa de valores devem divulgar suas demonstrações para que os acionistas e a sociedade, consiga uma análise mais adequada de seus relatórios, logo, nestas empresas espera-se maior transparência e análise criteriosa, pela maior diversidade de investidores.

Em conformidade com a colocação legal, segmento operacional é qualquer partição da empresa que incorra em atividade de negociação nos quais alcance uma receita e implique em despesas, para gerar uma informação financeira particular, ao qual seus resultados passem por uma revisão do gestor de operações para a conclusão da decisão da melhor forma de destinar fundos e um parecer sobre o comportamento de cada segmento (CPC 22, 2009).

Além disso a empresa “deve divulgar informações que permitam aos usuários das demonstrações contábeis avaliarem a natureza e os efeitos financeiros das atividades de negócio nos quais está envolvida e os ambientes econômicos em que opera”. A maior fonte de informação para os diferentes agentes econômicos é a contabilidade que se caracteriza como um instrumento na tomada de decisões pelos usuários (LOPES; MARTINS, 2005).

Para Iudícibus et al. (2010), a informação por segmento tem como princípio que os dados apresentados possibilitem uma avaliação adequada dos efeitos financeiros e da natureza do negócio, possibilitando assim conhecer de fato o ambiente em que a companhia está inserida. Podendo avaliar o contexto regional, os aspectos políticos, as tendências da empresa, a representação e importância de um cliente nesta empresa, entre outros aspectos.

Por consequência de as empresas estarem inseridas em diversas localidades e ramos de atuações diferentes, a transparência nas demonstrações contábeis tende a ficar prejudicada, pois as informações são geralmente divulgadas de forma consolidada. Perante esta colocação,

entende-se que a divulgação segmentada se torna relevante ao evidenciar informações que não são possíveis com as demonstrações consolidadas (PADOVEZE; BENEDICTO; LEITE, 2012).

O CPC 22 proporciona maior gama de evidenciação, tanto para os gestores quanto para a população e, tem por um de seus objetivos aumentar grau de comparação entre as empresas e melhorar na clareza das demonstrações por segmento (SCHVIRCK; LUNKES; GASPARETTO, 2012). As empresas possuem receio da divulgação por segmento por conta da concorrência entre as companhias que acreditam ao divulgarem suas informações, podem se expor e as demais aproveitarem-se dessas informações. Mas a divulgação é um viés de mão dupla quando as duas empresas estão divulgando ambas saem ganhando, contando com informações para alavancar os negócios.

Maior evidenciação traz consequências positivas para usuários externos, possibilitando compreensão maior da realidade econômica das empresas, auxiliando assim a transparência dessas organizações (VASCONCELOS; SZUSTER, 2003). Porém, na visão das companhias, essas informações trazem um grau de competição e insegurança entre empresas do mesmo setor, gerando uma redução no grau de evidenciação dos segmentos nos demonstrativos contábeis (BOTOSAN; STANFORD, 2005; NICHOLS; STREET; CEREOLA, 2012).

Por diversas vezes, as empresas ficam entre divulgar de forma mais transparente possível ou não suas informações, pois as empresas diminuem o grau de informações estratégicas pensando em seus concorrentes, contudo ao mesmo tempo estão também diminuindo as informações para seus acionistas que pode acarretar em diminuição da liquidez das ações e uma imagem não sólida no mercado (SOLOMON; SOLOMON, 2004).

Além das questões com o meio externo, o estudo de Gamble e Simms (2010) aponta duas discordâncias com o pronunciamento, a primeira referente a versatilidade dada aos gestores para a atribuição dos segmentos operacionais e a segunda relacionada a informação para elaboração de análise de longo prazo, sendo criticado o desempenho das decisões dos gestores da entidade.

Por conta disso não se espera uniformidade nas informações fornecidas pelas empresas. Kieso, Weygandt e Warfield (2001) mencionam os problemas da comparabilidade das demonstrações das empresas devido as suas diferentes políticas e critérios econômico-financeiros pelos segmentos. Para Mourad (2009) pode haver diferença inclusive em empresas do mesmo setor, visto que a divulgação deve ser realizada perante a forma que a empresa é gerenciada.

O ISE busca empresas com princípios sustentáveis na sociedade, busca companhias que possuem investimentos compatíveis com esse viés, além de empresas que estimulam a

responsabilidade ética das corporações. Teve sua iniciação em 2005, ao qual originalmente foi financiado pela *Internacional Finance Corporation*, a Bolsa Brasil Balcão [B]³ é responsável pela gestão desse índice.

Esse índice é uma ferramenta para análise e comparação da performance das empresas listadas na [B]³, com os aspectos da sustentabilidade corporativa, baseada em eficiência econômica, justiça social, equilíbrio ambiental e governança corporativa.

1.1 PROBLEMA

A inexistência de uma regra ou modelo sobre o grau de evidenciação, que deve ser aplicado nesses segmentos, faz com que a evidenciação dos segmentos se torne particular da estrutura de cada empresa e de suas abordagens e decisões (SCHVIRCK; LUNKES; GASPARETTO, 2012). Um dos fatores que levaram ao estudo da carteira ISE é que até o momento não existe pesquisa realizada sobre esse assunto com essas empresas, e por esse índice se tratar de uma iniciativa pioneira na América Latina, o índice busca um ambiente de investimento compatível com as demandas do desenvolvimento sustentável da sociedade e estimular a responsabilidade ética das companhias.

A partir disso, estruturou-se a seguinte questão de pesquisa: **Qual o nível de evidenciação das informações por segmentos das empresas listadas no índice de sustentabilidade empresarial nos anos de 2015 a 2018?**

1.2 OBJETIVOS GERAL E ESPECÍFICOS

Neste contexto, o objetivo geral é identificar quais as informações dos segmentos de produtos e regiões no período compreendido entre 2015 e 2018 e verificar a forma de divulgação destes segmentos, visto que cada empresa pode adotar um modo de divulgação.

Para consecução do objetivo geral foram formulados os seguintes objetivos específicos:

- a) Identificar as informações perante o CPC 22 divulgadas pelas empresas;
- b) Apresentar a frequência da divulgação de segmento pelas empresas da amostra;
- c) Verificar se existe um padrão de divulgação em empresas que atuam no mesmo setor.

1.3 JUSTIFICATIVA

Desde 2010 as informações por segmento das empresas devem ser evidenciadas em suas demonstrações, deixando de ser um dado reportado apenas para a gestão da empresa. Atualmente, essa informação deve ser disponível a todos os usuários da informação, tornando assim a análise mais unificada, possibilitando também maior entendimento sobre as decisões tomadas pelos gestores.

Por conta disso, este trabalho se justifica pela necessidade de maior evidenciação dos resultados das empresas por segmento, que por sua vez provê maior detalhamento dos demonstrativos, fazendo com que os investidores possam ter um resultado mais adequado para análise de viabilidade econômica.

Estudos apontam a divulgação de relatórios gerenciais como empecilho para a organização, porém a evidenciação está mais elaborada, completa, de fácil entendimento buscando transparência e tais relatórios podem conferir maior confiança aos seus investidores. Segundo Oliveira, Costa e Avila (2015) uma melhoria nos procedimentos de evidenciação das informações por segmento é capaz de beneficiar também os investidores na tomada de decisão. Weschenfelder (2014) menciona que os relatórios gerenciais, como o relatório por segmento, são importantes para os usuários conseguirem entender as oportunidades e os riscos dos negócios.

Uma dessas análises realizadas pelos gestores, é saber qual produto tem maior lucratividade para saber em qual deles deve ser focado as vendas, ou até mesmo saber o que se deve descontinuar ou até mesmo proporcionar algum aprimoramento, qual região possui vendas menores ou maiores e qual será a estratégia a se tomar para atrair novas áreas de comércio, tornando assim as decisões a serem tomadas um tanto quanto mais assertivas.

Desta forma, o patrimônio da empresa pode ser analisado sob as influências desses segmentos, que devem ser divididos conforme a gestão utiliza esses dados para a tomada de decisão, eles podem ser evidenciados por produtos, regiões geográficas ou diferentes serviços prestados.

O objetivo da contabilidade é oferecer informações contábeis úteis para a tomada de decisão, logo desmembrar as informações por segmento torna-se relevante nas demonstrações. Além de proporcionar maior transparência aos relatórios contábeis, a informação gerada para administradores e investidores, geralmente são diferentes e, a contabilidade tenta diminuir ao máximo essas discrepâncias.

Outro fator relevante refere-se ao custo desse tipo de demonstração, uma vez apurado um segmento erroneamente a empresa pode incorrer em gastos com a sua demonstração além disponibilizar dados incorretos, por isso é importante ao dividir seus segmentos que a empresa pesquise para não gerar dados incorretos para a análise da gestão e dos demais interessados.

Segundo Murcia (2009), o Brasil é caracterizado por possuir um mercado com pouca transparência onde a contabilidade é influenciada por fatores que afetam as instituições e essas empresas possuem vasta variedade de divulgação de suas demonstrações. Segundo Boscov (2009), o mercado brasileiro é reconhecido por um avanço gradativo das informações. A informação por segmento agrega valor para as empresas, além de demonstrar a maneira com que as empresas são gerenciadas, tornando assim as companhias mais transparentes.

A carteira ISE desde sua criação, em 2005, apresentou rentabilidade de +203,8% contra +175,38% do Ibovespa, além disso também teve uma menor volatilidade 24,67% em relação a 27,48% do Ibovespa. Com isso observa-se que as empresas que compõem esse índice possuem importância para a economia do Brasil e da América Latina.

1.4 DELIMITAÇÃO DA PESQUISA

Esta pesquisa está limitada aos quatro anos de pesquisa realizada, além de abranger apenas as empresas que compõem o ISE (Índice de Sustentabilidade Empresarial) de 2018.

A pesquisa também se restringe a verificação da presença dos itens descritos no CPC 22 que se referem a divulgação por segmento.

Além de ser restrita a análise das Notas Explicativas, e dos Balanços Patrimoniais das empresas, não sendo consultado seus Formulários de Referências, nem os *websites* das companhias.

1.5 ESTRUTURA DO TRABALHO

Para alcançar os objetivos, o presente trabalho está estruturado em cinco seções, sendo a primeira a introdução ao tema da pesquisa, fazendo parte desse contexto os estudos de alguns autores sobre o tema, o problema de pesquisa, os objetivos e a justificativa e delimitação do estudo. Na segunda seção apresentar-se-á o referencial teórico que sustenta a pesquisa. Na terceira serão descritos os procedimentos metodológicos empregados neste trabalho, além da composição da amostra e a descrição dos documentos analisados. Na sequência, apresentam-se os resultados e as discussões da pesquisa e, por fim as conclusões do estudo e as referências.

2 FUNDAMENTAÇÃO TEÓRICA

2.1 BREVE HISTÓRICO

Por volta da década de 60, no Reino Unido, surgiam os primeiros indícios de informações segmentadas, com divulgação de lucros e receitas segregadas para diferentes atividades. Nos Estados Unidos, em 1967, foi solicitado a publicação de maneira voluntária de relatórios por segmento das empresas com atividades múltiplas (MOURAD, 2009).

Data-se então que a divulgação por segmento começou por volta de 1960, onde as empresas de forma voluntária divulgavam suas informações de forma complementar aos demonstrativos obrigatórios. A normatização de tais relatórios, no Brasil, só teve seu início por volta de 1992, e até a sua obrigação estudos relatam que era mínima a divulgação.

A primeira norma para instituir os relatórios por segmento ocorreu por conta do parecer de orientação emitido pela CVM 24/92, que incentivou o aprimoramento da informação pública, a partir da publicação de notas como “os resultados por linha de produtos ou negócios, em especial referente a demonstrações consolidadas” (CVM, 1992). Para as companhias abertas a CVM publicou em 2004, o Ofício Circular CVM/SNC/ SEP 01/2004, onde reforça o incentivo pelos relatórios por segmento e seu objetivo e importância, conforme os parâmetros do IAS 14.

Para as companhias de energia elétrica, regulamentadas pela Agência Nacional de Energia Elétrica (ANEEL), por meio da resolução nº 001/97 introduziu-se a normatização das operações por segmento para as empresas de energia elétrica que objetivou segregar as atividades de comercialização, distribuição, transmissão e geração.

Já para os bancários, regulamentados pelo Banco Central do Brasil – BACEN, por meio da circular 2990/2000 normatizou a divulgação das informações segmentadas em IFTs (Informações Financeiras Trimestrais).

O IASB em 2006 revisou a norma e publicou a IFRS, norma internacional, 8 *Operating Segments* que teve como base a SFAS 131 que as adequou normas contábeis para serem utilizadas internacionalmente e nacionalmente (Boscov, 2009).

De forma global, para uma melhor harmonização das empresas nas décadas de 1960 e 1970 começaram a ser criadas as primeiras normas para a evidenciação de segmento a nível internacional. Em 1976 o órgão regulador norte-americano *Financial Accounting Standards Board* (FASB) emitiu a SFAS 14 – *Financial Reporting for Segments of a Business Enterprise*, e em 1981 o *International Accounting Standards Committee* (IASC) emitiu a IAS 14 – *Reporting Financial Information by Segment*. Em 1997 foi divulgada pela FASB a *Statement*

of financial accounting standards (SFAS) 131 – Disclosures About Segments of an Enterprise and Related Information.

Com a convergência do SFAS 131 (FASB) e IAS 14 (IASB) foi divulgada em 2006 pelo IASB a IFRS 08, a base para o CPC 22, que descreve as tratativas das informações por segmento. A aprovação do CPC 22 é parte da sequência da conformação das normas contábeis brasileiras às internacionais. Isto pode ser comprovado pelo estudo de Peppe e Lisboa (2010) que discorrem sobre a divulgação dos relatórios segmentados atendem ao propósito da harmonização das normas brasileiras as internacionais, para fornecer informações que sirvam para a tomada de decisão. Desta forma, as informações por segmento tornaram-se de divulgação obrigatória para as empresas brasileiras desde 2010.

2.2 SEGMENTO

O comitê de pronunciamentos contábeis editou as normas internacionais de contabilidade IFRS 8, em convergência às normas internacionais o pronunciamento Técnico CPC 22 que trata sobre as informações por segmento passou a ser obrigatório no Brasil no exercício de 2010, com a aprovação da CVM por meio da deliberação 582/09, ANEEL pelo despacho 4.722/09 e CFC pela resolução 1.176/09.

A razão principal da norma é que as empresas devem prestar informações, aos usuários internos e externos das demonstrações contábeis, que possibilitem analisar a natureza e os resultados financeiros dos negócios das quais consta envolvimento e os ambientes econômicos em que atua, buscando assim que a assimetria da informação seja reduzida, possibilitando aos usuários externos o conhecimento sobre as desvantagens e as vantagens que a empresa possui.

Segundo Garrison, Noreen e Brewer (2007), segmento é uma atividade da empresa ao qual os administradores possuem dados de receita, custo e lucro. São exemplos de segmento: divisão das empresas, lojas individuais, território das vendas, departamentos, clientes e produtos.

Conforme o CPC 22 item 5, possui três características básicas que podem definir um segmento operacional: (i) que possa desenvolver alguma atividade de negócios das quais incorra em receitas e despesas, que possua informações financeiras de modo individual; (ii) que seus resultados sejam revisados regularmente pelo gestor principal de operações, para uma correta alocação de recursos e uma correta avaliação de desempenho e; (iii) ao qual haja informação financeira individualizada disponível.

As informações mínimas para divulgação conforme CPC 22 são: os fatos utilizados para identificar os segmentos divulgáveis; tipos de produtos e serviços a partir dos quais cada segmento divulgável obtém suas receitas; lucro ou prejuízo, ativo e passivo; receitas provenientes de clientes externos; receitas de transações com outros segmentos operacionais da mesma entidade; receitas e despesas financeiras; depreciações e amortizações; itens materiais de receita e despesa; participação da entidade nos lucros ou prejuízos de coligadas e de empreendimentos sob controle conjunto (*joint ventures*) contabilizados de acordo com o método da equivalência patrimonial; despesa ou receita com impostos de renda e contribuição social; itens não-caixa considerados materiais, exceto depreciações e amortizações; conciliações das receitas totais dos segmentos, do respectivo lucro ou prejuízo, dos seus ativos e passivos e outros itens materiais com os montantes correspondentes da entidade; o grau de dependência de seus principais clientes, caso as receitas provenientes das transações com um único cliente externo representarem 10% ou mais das receitas totais da entidade (CPC, 2009).

Com a identificação do segmento, este deverá passar por análise se deve ser divulgado segregado ou não, para tanto existe alguns critérios, conforme item 13 do CPC 22: (a) quando a receita auferida pelo segmento é igual ou superior a 10% da receita de todos os segmentos operacionais; (b) quando o lucro ou prejuízo apurado é igual ou superior a 10% do maior dos seguintes montantes: (i) lucro apurado de todos os segmentos que não apresentaram prejuízos, e (ii) prejuízo apurado de todos os segmentos operacionais que apresentaram prejuízos e; (c) quando os ativos do segmento representarem 10% ou mais dos ativos combinados de todos os segmentos.

Estes parâmetros mínimos possuem funções de guias de orientações para sua evidenciação, pois cada empresa pode utilizar os critérios que mais se enquadrarem em sua gestão e realidade econômica. Segundo Marckenzie et al., (2013) os segmentos divulgáveis são aqueles que ultrapassam os parâmetros mínimos exigidos pelo CPC 22.

Segundo o item 2 do CPC 22 as empresas que estão sujeitas a divulgar seus relatórios por segmentos são: empresas cujos instrumentos de dívida ou patrimonial sejam negociados em mercado de capitais, ou que tenham a finalidade de emitir qualquer categoria de instrumento em mercado de capitais (CPC, 2009).

A empresa deve realizar a identificação de seus segmentos operacionais, que deve constar em seu sistema gerencial. Se seus segmentos atendem aos critérios de agregação, ela pode agregá-los. A empresa deve analisar se os segmentos que foram informados somam 75% da receita total, se sim os demais segmentos devem ser identificados como “outros segmentos” se não, deve-se procurar outros segmentos até chegar a totalidade de 75% no mínimo. Para os

“outros segmentos” o CPC exige que sejam detalhadas as fontes de receitas incluídas (CPC, 2009).

Pelo item 4 do CPC 22, não obriga que a empresa controladora divulgue suas informações por segmento, quando suas demonstrações individuais já foram divulgadas de forma consolidada com suas controladas (CPC, 2009).

As informações por segmento possuem como norma básica que os dados evidenciados nas demonstrações contábeis deem um suporte adequado dos efeitos financeiros para verificação do ambiente econômico que a empresa está inserida (IUDÍCIBUS et al., 2010). Para os autores é importante a evidenciação por segmento para que possa analisar as tendências e o histórico das empresas, verificar as influências de momentos políticos e entender a influência do contexto regional.

Para Lopes e Martins (2005), o advento das companhias com os sócios separados dos administradores, acarreta o surgimento do conflito de interesse. As demonstrações por segmento podem auxiliar aos acionistas a entender as intenções dos administradores na tomada de decisão.

Além de contribuir para extinguir a discrepância informacional entre os usuários da informação, segundo Iudicibus et al. (2010) as informações gerenciais por segmento permitem aos usuários conhecer o mesmo cenário passado pelo administrador na tomada de decisão.

Segundo Bushman e Smith (2001), a contabilidade é capaz de gerar informações das quais os acionistas podem inspecionar as decisões dos administradores, propiciando a atenuação da assimetria das informações, e dos conflitos de interesse.

Pelas observações de Boscov (2009) a segmentação deve evidenciar a forma de divulgação interna, buscando espelhar a contabilidade gerencial da empresa, portanto a informação segmentada deve conforme da perspectiva de *through the eyes of Management*.

Por conta disso fica evidenciado a necessidade do *disclosure* e veracidade das informações segmentadas, para que se possa atender o objetivo da norma, que é possuir o mesmo nível de informação para os diversos *stakeholders*, proporcionando uma melhor análise da prática econômica da companhia.

Para Niyama e Silva (2008), a principal forma de comunicação do mercado empresarial é a contabilidade, que afeta as decisões das vantagens e desvantagens das decisões econômicas. A contabilidade é fundamental para a análise financeira das empresas e é uma importante ferramenta para a geração de informação de desempenho (BORSATO; PIMENTA; LEMES, 2009).

Conforme Macedo et al. (2011), a contabilidade é relevante pois pode alterar a escolha de um usuário da informação. A relevância é marcada quando os usuários conseguem identificar algum acontecimento e seus possíveis resultados ao longo do tempo.

Deve ser levado em conta também o custo x benefício da informação segmentada, pois o custo da preparação dos relatórios não deve ser maior que o benefício gerado por ele, por isso Aguayo Moral (1999) verificou que um dos principais empecilhos é definir o que deve ser publicado e as dificuldades e os custos de tal divulgação.

Um ponto que torna as informações por segmento bastante divergentes entre as empresas é o fato de que cada empresa possui características específicas, tornando assim os relatórios peculiares a cada organização dependendo da abordagem e da estrutura interna das empresas. A fiscalização do cumprimento da norma é importante, visto que pode implicar uma ineficácia da divulgação dos relatórios (MAPURUNGA; PONTE; HOLANDA, 2014).

Esse tipo de informação pode ser desfavorável ao expor a companhia para as demais empresas. Segundo Pardal (2007) a informação por segmento é vista por muitos usuários como uma apresentação alta de informações internas, propiciando vantagens aos concorrentes. Além da possibilidade de ocorrência de litígio com seus funcionários e perda da influência com seus fornecedores e clientes.

Há debates entre a desvantagem e a vantagem da informação segmentada. Para Garcia et al. (2008) as divergências não importam para o estudo desse dado, mas servem para incrementar a análise e ajudar a incentivar as pesquisas nessa área. Para Kieso, Weygandt e Warfield (2001) os apoiadores dessa informação possuem mais argumentos do que os indagadores, primordialmente pela relevância de tais informações.

A divulgação da maior quantidade de informação é uma grande discussão empresarial e uma decisão difícil de ser tomada. Diversas vezes a divulgação é fundamental para a diminuição de custo de capital, liquidez das ações, consolidação da companhia no mercado financeiro, e alguns gestores tomam a decisão de não divulgar com a intenção de proteger de seus concorrentes (SOLOMON; SOLOMON, 2004).

A divulgação da informação é tratada na Teoria da Divulgação, em que se estudam os diversos pontos de vista para que uma informação seja gerada e divulgada (SALOTTI; YAMATTO, 2005). O *disclosure* pode referir-se ao procedimento de divulgar informações aos usuários externos que ajudem na tomada de decisão, divulgação essa que se faz principalmente pelas demonstrações contábeis (HENDRIKSEN; BREDA, 1999).

Os gestores podem modelar as alternativas da divulgação da informação, para que essas atendam seus interesses, dessa forma ganhando o destaque tanto para os acionistas como para

a população no geral, repercutindo tanto nas questões de desempenho econômicas como na estrutura financeira (FIELDS; LYS; VICENT, 2001). Essas escolhas possuem alto impacto para os acionistas.

A Teoria da Divulgação portanto é fundamental, e por conta disso, Mapurunga et al. (2011); Pereira et al. (2008) discorrem de fatores que podem influenciar a divulgação das empresas como se a empresa possui governança corporativa, tamanho da empresa, endividamento, lucro, rentabilidade entre outros.

Para Mourad (2009) a divulgação da informação faz-se estratégica e é capaz de estar passível de inconsistências, tornando as empresas cautelosas nas informações para que não ocorram consequências negativas.

Pelo grande número de fatos ocorridos nas empresas não se torna possível a evidenciação de todos os acontecimentos ocorridos na empresa, logo Martins (2005) evidencia que os gestores possuem dever de comunicar as informações mais relevantes da companhia, e por conseguinte eles evidenciam o que é mais importante e relevante para seu próprio interesse.

Haider (2005) salienta a grande flexibilidade das normas sobre a informação por segmento. As normas não são objetivas e claras, abrindo lacunas para inúmeras formas da divulgação tornando prejudicial a comparação entre empresas até do mesmo setor. Comenta também a grande dificuldade dos auditores em auditar as informações por segmento.

Para Fields, Lys e Vincent (2001), a norma deixa as lacunas em aberto, pois é inviável acabar com a versatilidade dos processos contábeis. Tornando-se praticamente impossível encontrar um padrão contábil, para que se consiga uma divulgação que possa ser comparada atendendo todas as necessidades de informações de todas as empresas, o que é particular de cada organização.

2.3 ESTUDOS SIMILARES

Estudos como o de Vasconcelos e Szuster (2003) comprovaram que, em alguns casos, as empresas que obtinham ações nas bolsas internacionais, publicavam as informações por segmento em outros mercados, porém não divulgavam esses relatórios no mercado brasileiro.

Pode-se observar com os estudos brasileiros sobre segmento, que a divulgação das empresas anterior ao CPC 22 é escassa e sem padronização, Vasconcelos e Szuster (2003) identificaram que a divulgação nas demonstrações contábeis de algumas empresas no ano de 2001 não apresentou padronização da forma como deveria ser divulgado e nem sobre as informações mínimas a serem divulgadas.

Contudo após a vigência do CPC 22, a divulgação avançou bastante, sendo possível assim uma melhor análise para os investidores e administradores, contudo ainda há empresas que divulgam como sendo pertencentes a um único segmento, tornando assim esse tipo de análise não funcional.

Posteriormente, com a divulgação do CPC 22 e sua obrigatoriedade a divulgação de relatórios segmentados aumentou consideravelmente, na pesquisa Schvirck, Lunkes e Gasparetto (2013) a porcentagem de empresas que passaram a divulgar suas informações por segmento chegou a 87%. Além disso, na pesquisa de Mardini, Crawford e Power (2012) além da divulgação por segmento ter aumentado, o número de itens do segmento divulgado também aumentou.

A descrição dos gestores frente aos itens não exigidos pelo CPC 22, pode fazer com que informações relativamente importantes aos gestores não sejam atendidas como as informações por área geográfica. Segundo Martin e Poli (2004) a informação por área geográfica é importante para que se avaliem os riscos dos investimentos realizados em empresas de economia emergentes.

Bavishi e Wyman (1980) relataram que algumas empresas usam grandes escalas de classificação, mas em questões de segmentos geográficos, essa ainda é muito limitada.

O estudo de Talha e Salim (2010) que continha 374 companhias da bolsa da Malásia no ano de 2006, verificou o que levava as companhias a escolher entre segmento geográfico ou segmento de negócio e apresentou evidências de que setor, tamanho e desempenho econômico possuem impacto considerável na escolha do segmento divulgável.

Diante do fato de que o CPC 22 não faz exigência de alguns fatores tidos como relevantes para alguns investidores, estes relatam que há possibilidade de manipulação dos dados, conforme Crawford, Helliar, Power (2010) empresas que possuem mais de um segmento, podem publicar como se estivessem enquadradas em um único tornando os dados que seriam informações gerenciais geraram dados de balanço societário.

Por outro lado, para Procianoy, Rocha (2002); Beuren, Gallon (2006) as informações uniformes e corretas das empresas com maior qualidade à disposição dos usuários externos, influenciam de maneira positiva os investidores, pois possuem maior credibilidade perante os gestores das empresas e igualam os acionistas. O relatório por segmento para Ernst & Young Terco (2012) é importante pois propicia o entendimento dos riscos e oportunidades de cada negócio para os usuários, mesmo com a diversificação das empresas.

De acordo com Mourad (2009), os segmentos das diferentes empresas apresentarão especificidades inclusive entre empresas do mesmo setor, visto que as informações devem

refletir a forma que são gerenciadas. No estudo de Paul e Largay III (2005) foi verificado que o relatório de segmento busca reproduzir a forma mais real da empresa, refletindo o *management approach*. Isto também pode ser comprovado por Schvirck, Lunkes e Gasparetto (2013) que verificaram variações de segmentos divulgados de um a nove em um mesmo setor de empresas. Isso quer dizer que cada empresa possui uma maneira de gerenciar seu negócio e por conta disso essa disparidade de informações entre empresas de mesmo setor.

O método de definição da divulgação dos segmentos também pode apresentar divergências entre as empresas, porém em alguns estudos pode-se observar uma paridade nos resultados. Aillón et al. (2013), constaram que 66% da amostra utilizaram segmento por linha de negócio, 26% utilizaram como área geográfica, e 8% utilizaram ambas combinações. Em outros estudos pode-se observar outras combinações, como na pesquisa de Silva e Pinheiro (2012), onde 66% das empresas utilizaram abordagem de produtos e serviços, 11% por área geográfica, 17% utilizaram ambas combinações anteriores, e 6% utilizaram demais critérios.

As variedades das estruturas gerenciais das empresas bem como outros fatores como tamanho, região, modelo organizacional influencia a divulgação das informações. Conforme os achados de Silva e Pinheiro (2012) há ligação entre tamanho da empresa e sua divulgação, que também pode ser verificado no estudo de Schvirck, Lunkes e Gasparetto (2013).

Algumas empresas visando não serem afetadas pela divulgação de seus relatórios gerenciais, como o relatório por segmento, omitem informações para que não sejam expostos para a concorrência. Conforme Nichols, Street (2007) ficou evidenciado que algumas empresas omitem informações gerenciais, visto que estas podem ser utilizadas pela concorrência.

Schneider e Scholze (2011) observaram que algumas empresas divulgam menos informações com o objetivo de construir uma barreira tanto para seus antigos concorrentes quanto para novos. Pelo estudo de Verrecchia (2001) observou-se que as empresas tendem a divulgar informações que lhe tragam benefícios. O que se pode inferir que as empresas estão divulgando informações benéficas e omitindo informações que possam lhe trazer prejuízo, perdendo qualidade nas informações divulgadas.

Corroborando cabe destacar a pesquisa de Aillón et al. (2013) onde foi constatada que a menor evidenciação foi a de representatividade de clientes, que é explicado também pelas companhias não quererem divulgar informações que elas julgam vitais a seus concorrentes.

Porém, com o passar do tempo, parece que as empresas estão ficando menos receosas e estão vendo os benefícios da divulgação, e deixando de lado as questões que as impedem da divulgação. Isso pode ser visto no estudo de Schvirck (2014), ao qual analisou 47 empresas do

índice IBrX em 2012 e pode concluir que 96% das companhias evidenciaram relatórios com informações segmentadas.

Schvirck e Gasparetto (2011) analisaram 49 companhias da BM&FBovespa em 2009 e, pesquisaram a relação da divulgação voluntária com os níveis de governança corporativa, seus resultados obtiveram que as empresas com maior nível de governança corporativa possuem maior divulgação voluntária por segmento.

Cruz et al. (2011) analisaram 106 empresas do novo mercado da BM&FBovespa em 2009, com o intuito de avaliar a divulgação por segmento, ele pode observar que o que menos foi divulgado foi a informação sobre o principal cliente, que nenhuma companhia estudada fez divulgação de fluxo de caixa segmentado.

No estudo de Boscov (2009) foi realizada discussões teóricas para verificação se a contabilidade financeira e gerencial possui relevância no aumento do nível de *disclosure*, com base na opinião de auditores, analistas, acadêmicos, chegando a conclusão de que as informações possuem relevância no processo de *disclosure*.

Souza e Almeida (2013) estudaram o nível de divulgação dos setores de maior e menor concorrência, em companhias listadas na BM&FBovespa, seus resultados apontam que não possuem diferenças significativas entre a divulgação de relatórios segmentados entre empresas mais competitivas ou menos competitivas.

A pesquisa de Hermann e Thomas (1997) buscou classificar os benefícios da informação segmentada por área geográfica para o processo da tomada de decisão em três blocos: avaliação de riscos, capacidade preditiva e precificação. O estudo conseguiu concluir que quanto maior o nível de divulgação das informações melhor se tornará as previsões de lucro e demanda de uma empresa.

Semper e Beltran (2002) analisaram a informação segmentada em empresas espanholas, analisando se tamanho e endividamento são fatores que afetam essa divulgação, seus estudos mostrando que as empresas estavam divulgando poucos relatórios segmentados e que o endividamento tem relação positiva com o grau de divulgação segmentada.

A missão do ISE é apoiar os investidores na tomada de decisões de investimentos e induzirem as empresas a adotarem melhores práticas de sustentabilidade empresarial. Um dos estudos realizadas ultimamente com essa carteira objetivou analisar os indicadores financeiros das empresas listadas no ISE, com o estudo de Favaro e Rover (2014) pode-se concluir possui quatro indicadores correlacionados à entrada das empresas no ISE e são eles: Ativo, Receita, Lucro e Valor de Mercado, desta forma observou-se que tamanho é uma característica determinante para a entrada da Companhia na carteira ISE.

3 PROCEDIMENTOS METODOLÓGICOS

Este estudo é qualitativo e quantitativo e possui característica de pesquisa exploratória. De acordo com Raupp e Beuren (2010) este tipo de pesquisa é caracterizado como sendo exploratória quando não há pesquisas suficientes sobre o tema abordado. Segundo Severino (2007) busca-se levantar referências sobre um determinado tema, mapeando um campo de trabalho, delimitando as circunstâncias da manifestação da causa.

Para alcançar o objetivo do trabalho será empregada a pesquisa levantamento, que conforme Silva (2003) representa a coleta de informações com base em uma amostra de população selecionada, aos quais busca-se entender o comportamento.

O procedimento pode ser caracterizado como documental, já que serão analisadas as Notas Explicativas das empresas, tempo este utilizado para ser possível uma análise do comportamento dos segmentos e observar o modo com que esses relatórios são abordados. A abordagem documental possui como material base documentos conservados no interior de órgãos públicos ou privados (VERGANA, 2011).

Com o objetivo de identificar as informações dos segmentos, utilizar-se-á uma metodologia descritiva que tem por finalidade descrever as características de uma amostra ou estabelecer um vínculo entre variáveis (MARTINS, 2007). Para Andrade (2009) neste tipo de pesquisa se deseja a descrição do fenômeno e ampliar o conhecimento adquirido do tema.

Quanto aos procedimentos, este estudo caracteriza-se como bibliográfico, pois foi necessário estudo sobre o tema para adquirir conhecimentos.

Por conta de os dados serem coletados após a ocorrência dos fatos esse estudo se caracteriza como *Ex-post facto* que Magalhães e Orquiza (2002) reconhecem que nesta pesquisa o averiguador não possui controle das variáveis, visto que elas já ocorreram, e não há influências por parte dele, pois as variáveis só poderão ser estudadas e interpretadas.

Serão analisadas as publicações das Notas Explicativas das empresas listadas no Índice de Sustentabilidade Empresarial (ISE) do período de 2015 a 2018. Além das Notas Explicativas também serão analisados os Balanços Patrimoniais das empresas deste período e suas respectivas Demonstrações do Resultado do Exercício, todos os relatórios de forma consolidada.

Essa análise se caracteriza como análise de conteúdo conforme Badin (2011), um conjunto de técnicas para a análise da comunicação, buscando obter por procedimentos sistemáticos a descrição do conteúdo das mensagens, indicadores que possibilitem a conclusão de conhecimento inerentes as condições das variáveis destas mensagens.

Os relatórios foram extraídos do *website* da [B]³ e do sistema Economatica que é uma ferramenta utilizada para análise das empresas capaz de fazer simulações, gerar relatórios com um grande volume de dados.

Portanto, o período de análise para este trabalho compreende quatro anos, para assim ser possível fazer uma análise do comportamento dos segmentos durante esses anos e pode-se observar o modo com que os relatórios são abordados. Por esse motivo essa pesquisa possui caráter longitudinal, que são realizados em um período maior.

A amostra foi selecionada no ISE 2018, principalmente por ser uma carteira de sustentabilidade, onde, atualmente muitas empresas visam atingir esse objetivo e seus investidores como um todo estão focados no crescimento das empresas e sua relação com as questões relacionados ao meio ambiente, questões estas sociais e ambientais. A amostra é formada por 28 companhias e representada por 12 setores. O processo da carteira foi assegurado pela empresa KPMG que emitiu parecer de “Asseguração Limitada sem Ressalvas”, asseguarção realizada desde 2012, o que torna o índice mais confiável ([B]³, 2018).

Na amostra, uma das empresas não realizou nenhum tipo de referência sobre segmento em suas Notas Explicativas, a Light, sendo excluída da amostra inicial (Quadro 1). Com isso, a amostra final possui 27 empresas.

Quadro 1- Composição da Amostra.

Número	Empresa	Setor de Atuação
01	AES Tietê	Energia Elétrica
02	B2W Digital	Comércio
03	Banco do Brasil	Bancos
04	Bradesco	Bancos
05	Braskem	Petroquímica
06	CCR S/A	Transporte
07	Cemig G	Energia Elétrica
08	Cielo	Serviços Financeiros
09	Copel	Energia Elétrica
10	CPFL Energia	Energia Elétrica
11	Duratex	Material de construção
12	Ecorodovias	Transporte
13	EDP (Energias BR)	Energia Elétrica
14	Eletropaulo	Energia Elétrica
15	Engie (Tractebel)	Energia Elétrica
16	Fibria	Materiais celulose
17	Fleury	Saúde
18	Itaú Unibanco	Bancos
19	Itaúsa	Bancos
20	Klabin	Materiais celulose
21	Light	Energia Elétrica
22	Lojas Americanas	Varejo
23	Lojas Renner	Comércio
24	Natura	Comércio
25	Santander	Bancos

26	Telefônica (Telef Brasil)	Telecomunicações
27	Tim	Telecomunicações
28	Weg	Máquinas e equipamentos

Fonte: Autor (2019).

Optou-se ainda na classificação da amostra por descrever a distribuição pelos 12 diferentes setores de atuação (Quadro 2).

Quadro 2- Distribuição da amostra por setores.

Setor	Total de empresas
Bancos	5
Comércio	3
Energia elétrica	8
Maquia e equipamentos	1
Materiais de celulose	2
Material de construção	1
Petroquímica	1
Saúde	1
Serviços Financeiros	1
Telecomunicações	2
Transporte	2
Varejo	1
Total Geral (12 setores)	28

Fonte: Autor (2019).

A amostra é heterogênea com relação aos setores de atuação das companhias, visto que são 12 diferentes setores da economia brasileira, os setores de Energia Elétrica e Bancos representam quase a metade das empresas, 46% da amostra.

As Notas Explicativas das empresas analisadas serão confrontadas com as especificações do CPC 22, para averiguar a concordância com a norma, ou seja, a intensidade de divulgação. Optou-se por um sistema de atribuição de 1 referente a pergunta que a resposta a conferência com o item do CPC 22 fosse “positiva” e, caso “negativa”, atribuir-se-á 0, conforme apresenta o quadro 3.

Quadro 3 - Intensidade de divulgação.

Intensidade	Abrangência do conteúdo
0	Não foi mencionado em Notas Explicativas
1	Foi mencionado em Notas Explicativas

Fonte: Autor (2019).

A relação de itens mínimos a serem divulgados pelas empresas neste estudo, conforme o CPC 22 (2009) estão dispostos no quadro 4.

Quadro 4 - Relação de itens que devem ser divulgados pelas empresas.

Número de itens mínimos exigidos	Itens que devem ser evidenciados
01	Lucro Líquido
02	Receita da mesma entidade
03	Receita financeira
04	Despesa financeira
05	Depreciação e amortização
06	Custo
07	Ativo
08	Passivo
09	Patrimônio líquido
10	IRPJ/CSLL
11	EBITDA
12	Conciliação do Passivo
13	Conciliação da Receita
14	Conciliação do Ativo
15	Conciliação do patrimônio líquido
16	Conciliação do lucro líquido
17	Receita clientes
18	Receita clientes exterior
19	Informações sobre principais clientes

Fonte: Autor com base no CPC 22 (2019).

4 ANÁLISE DOS RESULTADOS

A análise iniciou pela busca a palavra segmento nas Notas Explicativas das empresas e, dentre as que compuseram a amostra, 27 mencionaram a palavra segmento em suas Notas totalizando 96,42% da amostra. Tal fato pode ser observado também no estudo de Schvirck, Lunkes e Gasparetto (2013) onde 87% da amostra da pesquisa divulgou informações por segmento. A Light não menciona “segmento” em nenhum dos anos e documentos analisados. A distribuição por empresas e o percentual de atendimento ao critério está apresentado no Quadro 5.

Quadro 5- Empresas que não mencionam a existência de informações sobre segmento.

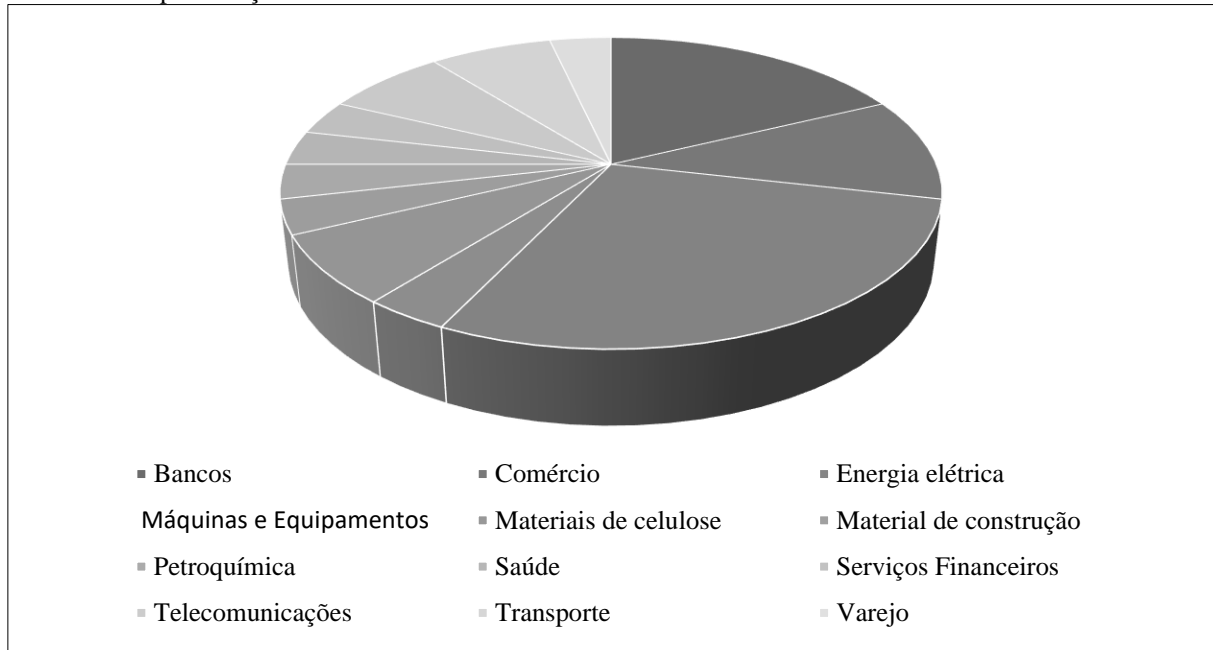
Setor	Total de empresas	Não Mencionam (Quantidades)	Não mencionam (%)
Bancos	4		0%
Comércio	3		0%
Energia elétrica	8	1	12,50%
Máquinas e equipamentos	1		0%
Materiais de celulose	3		0%
<i> Holding</i>	1		0%
Petroquímica	1		0%
Saúde	1		0%
Serviços Financeiros	1		0%
Telecomunicações	2		0%
Transporte	2		0%
Varejo	1		0%
Total Geral (12 setores)	28	1	3,57%

Fonte: Autor (2019).

Obs: Para efeito de resultado foi considerada nesta amostra a empresa Light.

Pode-se observar que 3,57% da amostra não está de acordo com o CPC 22 representado pela empresa Light (Gráfico 1). Observa-se ainda que o setor mais representado na amostra é o setor de energia elétrica em 12,50% do total, o que Pardal (2007) alerta que pode ser um receio de exposição de suas informações.

Neste mesmo setor, destaca-se que a empresa poderia fazê-lo conforme a Eletropaulo: “A receita da companhia é, basicamente, composta pelos serviços de distribuição e disponibilidade de energia elétrica. Conseqüentemente, a companhia conclui que possui apenas o segmento de distribuição de energia elétrica como passível de reporte” (ELETROPAULO, NOTAS EXPLICATIVAS, 2018).

Gráfico 1- Representação dos setores na amostra.

Fonte: Autor (2019).

Outras empresas possuem a divisão de segmentos, mas não querem reportar, conforme Notas Explicativas da empresa ENGIE: “Em 2018, a Companhia ingressou nos seguintes novos segmentos: operação de *trading* de energia elétrica, geração distribuída através da venda e instalação de painéis fotovoltaicos, transmissão de energia elétrica. Esses novos segmentos não são representativos, por isso, não foram considerados segmentos divulgáveis nestas demonstrações”. Neste caso, Nichols e Street (1999) destacam que as empresas possuem o direito de escolha das informações que querem divulgar.

Destaca-se que mesmo a empresa possuindo apenas um tipo de receita, seria indicado que a companhia deveria divulgar em Notas Explicativas como pertencente a apenas um segmento de negócio. Ainda em relação a LIGHT, em Nota Explicativa menciona que “A Companhia, por ser uma concessionária de distribuição de energia elétrica e não controlar os ativos subjacentes, aplica o IFRIC 12/ICPC 01” (LIGHT, NOTAS EXPLICATIVAS, 2018).

Contudo todas as demais empresas do setor, mencionaram que possuem segmento, inclusive algumas divulgam como pertencentes a mais de um segmento: CPFL Energia, Copel, Cemig e EDP.

Conforme o CPC 22, os segmentos devem ser unidades estratégicas de negócios que oferecem serviços e produtos diferentes, que são gerenciados de forma separada. Destaca-se que a análise das Notas Explicativas das empresas revelou frases semelhantes como: “As informações por segmento operacionais são apresentadas de modo consciente com o relatório interno fornecido para o principal tomador de decisões operacionais. O principal tomador de

decisões é representado pelo comitê de operações do grupo” (NATURA, NOTAS EXPLICATIVAS, 2017).

Posteriormente, verificou-se a evidenciação por números totais de segmentos de cada empresa da amostra e seu comportamento ao longo dos anos analisados (Quadro 6).

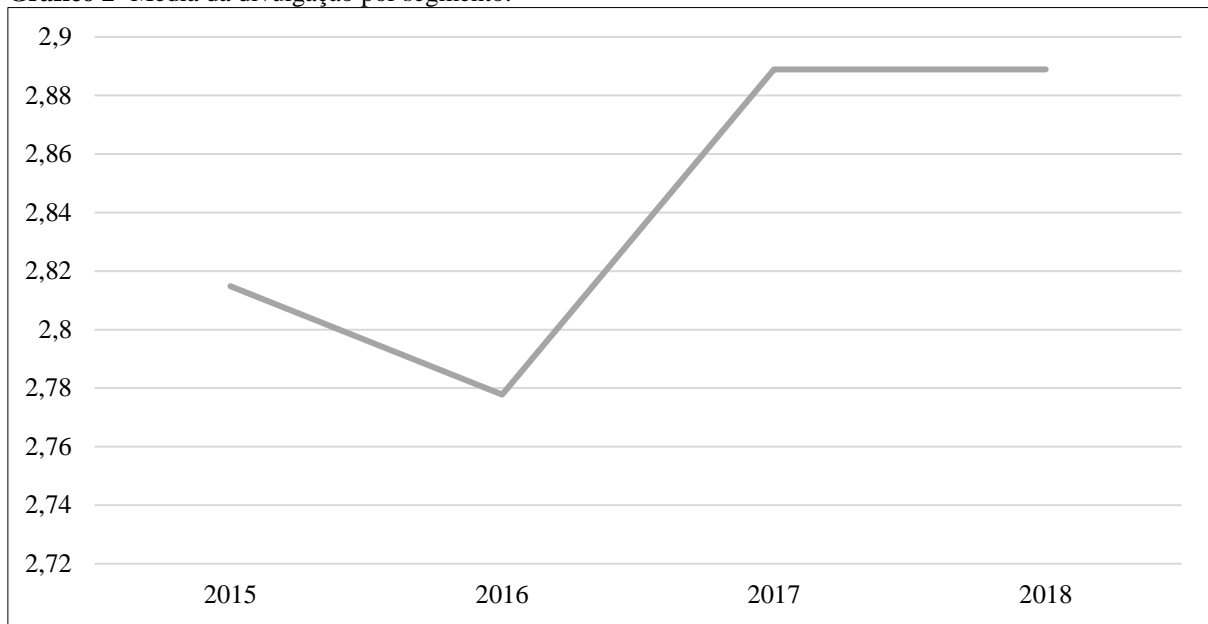
Quadro 6- Número de segmentos divulgados por empresas nos anos de pesquisa.

Empresa	Segmentos divulgados (2018)	Segmentos divulgados (2017)	Segmentos divulgados (2016)	Segmentos divulgados (2015)
AES Tietê	1	1	1	1
B2W Digital	1	1	1	1
Banco do Brasil	5	5	5	5
Bradesco	2	2	2	2
Braskem	5	5	5	5
CCR S/A	4	5	5	5
Cemig G	3	2	2	2
Cielo	2	2	2	2
Copel	5	6	5	5
CPFL Energia	6	6	6	6
Duratex	3	2	2	2
Ecorodovias	3	3	3	4
EDP (Energias BR)	6	6	5	5
Eletropaulo	1	1	1	1
Engie (Tractebel)	1	1	1	1
Fibria	1	1	1	1
Fleury	3	3	3	3
Itaú Unibanco	3	3	3	3
Itaúsa	2	2	2	2
Klabin	4	4	4	4
Lojas Americanas	3	3	3	3
Lojas Renner	2	2	2	2
Natura	5	5	4	4
Santander	2	2	2	2
Telefônica	1	1	1	1
Tim	1	1	1	1
Weg	3	3	3	3

Fonte: Autor (2019).

Observou-se que em algumas empresas houve uma redução no número de segmentos, o que pode estar relacionado ao encerramento do segmento na empresa, ou ainda tê-lo englobado em outro segmento, ou até mesmo pode ter deixado de ser significativo e, os custos de manutenção do mesmo não se justificam.

Ao contrário, em outras empresas houve um aumento do número de segmentos divulgados, o que pode sinalizar crescimento das empresas. Dentre as empresas da amostra, 7 delas ou 25,92% divulgaram diferentes números de segmentos durante os anos. Pode-se observar que no ano de 2016 houve um declínio referente ao número de divulgação, e nos anos de 2017 e 2018 o número de segmentos divulgáveis tornou-se constantes (Gráfico 2).

Gráfico 2- Média da divulgação por segmento.

Fonte: Autor (2019).

Procedeu-se a busca nos documentos por informações referentes a alteração de número de segmentos divulgáveis e, nas Notas Explicativas, estas não foram identificadas. Essa falta de divulgação pode afetar as informações da empresa, por exemplo, numa comparação entre períodos, visto que quando é descontinuado um segmento ele integra a parte de ‘outros’.

Esse tipo de análise é importante individualmente para verificação dos motivos de tais acontecimentos, se a empresa está crescendo ou descontinuando algum produto/serviço e/ou região de negócio. Pode-se ainda inferir que os custos de evidenciação daquele segmento poderiam estar acima do valor de retorno dele, pois segundo o CPC 22 se os custos de evidenciação de um segmento forem muito altos, tornando inviável para a empresa de controlá-los, torna-se dispensável seu controle.

As empresas na hora de segregar seus segmentos descrevem o motivo e o que cada segmento representa para cada empresa, tornando assim possível o entendimento como o gestor enxerga a empresa. Com relação aos critérios utilizados para a segmentação, observa-se predominância em segregar por divisão de produto, serviços ou linhas de negócio ao invés de área geográfica (Quadro 7).

Quadro 7 - Número de segmentos divulgados por produto x região.

Segmento	Número de empresas que divulgaram	%
Produto	27	100%
Geográfico	3	11,53%
Total	267	100%

Fonte: Autor (2019).

Das 27 empresas estudadas, todas mencionaram em seus relatórios possuírem segmentos na área de produto ou linha de negócios e apenas 3 empresas mencionaram possuir relatórios segmentados em área geográfica. Além disso, pode-se observar que as 3 empresas 11,11% da amostra divulgaram seus relatórios tanto por produto quanto por região geográfica. A constatação aponta que a forma mais usual de divulgação pelas empresas é por produto ou linha de negócio, a divulgação por área geográfica não tem sido utilizada pelas empresas.

A divulgação simultânea por produto e área geográfica é o modo escolhido pela Natura S.A, WEG e Brasken para informar seus segmentos operacionais em Notas Explicativas (Quadro 8).

Quadro 8 – Divulgação de segmentos pela Natura S.A, WEG e Brasken.

Segmento Operacional	Identificação das UGCs
Natura Brasil	Venda direta
	Lojas individuais
Natura Latam	Argentina
	Chile
	Peru
	México
	Colômbia
Natura Outros	França
	EUA
<i>Aesop</i>	Lojas individuais
<i>The Body Shop</i>	Lojas individuais
Segmento Operacional	Identificação das UGCs
Brasil	Indústria
	Energia elétrica
Exterior	Exterior
Segmento Operacional	Identificação das UGCs
Região	BA
	RS
	RJ E SP
Produto	Polietileno
	Polipropileno
	Renováveis

Fonte: Autor com base nas Notas Explicativas da Natura S.A (2017), WEG (2017) e Brasken, (2018).

A divulgação por produto e/ou linha de negócio é a forma pela qual optam Duratex, Itaú Unibanco e Klabin em suas Notas Explicativas para informar o segmento (Quadro 9).

Quadro 9 – Divulgação de segmentos pela Duratex, Itaú Unibanco e Klabin.

Segmento Operacional	Identificação das UGCs
Produto	Madeira
	Deca
	Revestimento Cerâmico
Segmento Operacional	Identificação das UGCs
Negócio	Banco de varejo
	Banco de atacado

	Atividade com mercado + corporação
Segmento Operacional	Identificação das UGCs
Negócio	Florestal
	Papéis
	Conversão
	Celulose

Fonte: Autor com base nas Notas Explicativas da Duratex, Itaú Unibanco e Klabin S.A (2018).

Quanto ao número de segmentos divulgados, maior parte das empresas mencionou possuir de um a dois segmentos, enquanto o maior número de segmentos divulgados por uma empresa foi de 6, detectados nesta pesquisa (Quadro 10).

Quadro 10 – Número de segmentos divulgados.

Número de segmentos	2018	2017	2016	2015
1 segmento	7	7	7	7
2 segmentos	5	7	7	7
3 segmentos	7	5	5	4
4 segmentos	2	1	2	3
5 segmentos	4	4	5	5
6 segmentos	2	3	1	1
Total	27	27	27	27

Fonte: Autor (2019).

Referente ao percentual de empresas que divulgou apenas 1 segmento nos anos de 2018 a 2015 foi de 25,92%. Observa-se que a divulgação de segmento único não teve alteração no decorrer dos anos.

Destaca-se que foi verificado que entre os números de segmentos, alguns se referem a “outros segmentos”, não sendo possível agregá-los em um único segmento, por questões financeiras, ou até mesmo por não atender aos quesitos mínimos. Como exemplo destaca-se em Nota Explicativa: “Outros segmentos compreendem os segmentos de suporte operacional e consórcio, que foram agregados por não serem individualmente representativos” (BANCO DO BRASIL, NOTAS EXPLICATIVAS, 2018).

A comparação entre empresas e a forma de divulgação das mesmas foi, nesta pesquisa, mediante a análise das Notas Explicativas do ano de 2018, onde serão elencados os setores que mais evidenciaram, sendo eles: os setores de energia e bancos representado respectivamente por 28,57% e 14,81% da amostra e que juntos representam 43,38% (Quadro 11).

Quadro 11 – Comparação da divulgação dos segmentos pelo setor bancário.

Banco do Brasil	Bradesco	Itaú Unibanco	Santander
Bancário	Bancário	Varejo	Comercial
Investimentos	-	Atacado	Atacado
Gestão de Recursos	-	Mercado + Corporação	-

Seguridade	Seguridade	-	-
Meios de pagamento	-	-	-

Fonte: Autor (2019).

No setor bancário, o Banco do Brasil é o que divulga o maior número de segmentos, sendo informados 5 segmentos. Para esta análise não foi encontrado um padrão adotado para todos os bancos, referente aos nomes dos segmentos, sendo dificultado o agrupamento por segmento.

A análise do setor de energia elétrica aponta segmentos específicos das operações de algumas empresas, porém observam-se repetições como por exemplo “geração de energia elétrica” apontado em 6 empresas das 8 analisadas, representando 75% da amostra. Outro segmento que foi representativo entre as empresas de energia elétrica foi comercialização e distribuição, com 50% e 41,25% respectivamente (Quadro 12).

Quadro 12 – Comparação da divulgação dos segmentos pelo setor de energia elétrica.

AES Tietê	Geração de energia elétrica
Cemig G	Geração
	Transmissão
	Comercialização
Copel	Geração
	Telecomunicações
	Gás
	Comercialização
	<i> Holding</i>
CPFL Energia	Geração
	Serviços
	Distribuição
	Outros
	Renováveis
	Comercialização
EDP	Geração
	Transmissão
	Distribuição
	Serviços
	Comercialização
	<i> Holding</i>
Eletropaulo	Distribuição de energia elétrica
Engie	Geração
Light	-

Fonte: Autor (2019).

Observa-se que empresas do mesmo setor podem não possuir uniformidade na divulgação, tornando a análise e comparação mais difíceis, o que era esperado com a abordagem do CPC 22, e os controles internos de cada companhia. Conforme estudo de Kieso, Weygandt

e Warfield (2000) a comparabilidade entre as empresas é baixa devido as diferentes práticas de governança de cada empresa.

No presente estudo, mais de 71% das empresas divulgaram informações por segmentos com no máximo 3 segmentos divulgados. Por isso, apesar da melhoria das empresas em divulgar informações por segmento e o potencial dessas informações, ainda se detecta pouca informação fornecida pelas empresas visto toda a capacidade explorada no CPC 22.

Referente a análise dos quesitos mínimos, foram excluídas as empresas que divulgaram apenas 1 segmento visto que essa análise é realizada para aquelas empresas que reportaram mais que um segmento. Outra consideração é que esta análise teve resultados iguais para todos os anos, portanto não será tratado individualmente os anos, e sim, analisado como um todo.

Portanto foram retiradas para essa análise 8 empresas da amostra, sendo que uma não mencionou nada sobre segmento e as outras 7 divulgaram como pertencentes a apenas um segmento. Para essa análise, a amostra desta pesquisa é constituída de 20 empresas. Para a primeira parte referente a divulgação de lucro líquido, receita da mesma entidade, receita financeira, despesa financeiro, depreciação e amortização, custo, ativo, passivo, patrimônio líquido, IR/CSLL, EBITDA, 100% das empresas divulgaram as informações solicitadas pelo CPC 22. Contudo, a informação de EBITDA nenhuma empresa divulgou essa informação segmentada.

Referente a conciliação de passivo, receita, ativo, patrimônio líquido, e lucro líquido, 100% das empresas analisadas divulgaram essa informação.

Sobre a Receita de clientes é solicitada a divulgação se algum cliente representa mais do que 10% de todas as receitas auferidas naquele período, o CPC 22 não solicita a divulgação dos nomes dos clientes apenas a representação disso na receita total, nenhuma das empresas analisadas fez referência a cliente com participação específica, nem tão pouco mencionaram seus principais clientes.

Sobre os clientes no exterior, apenas 3 empresas mencionaram que possuem receita no exterior, o que pode ocorrer por dois motivos, o primeiro é de que a empresa não possui nenhum tipo de receita com o exterior por isso não possui tal divulgação, ou porque a empresa não quis realizar tal segmentação dentro dos seus demonstrativos.

De modo geral, pode observar que as empresas estão aumentando o número de divulgação por segmento, mas ainda os fazem de forma escassa e modesta, não evidenciando todas as informações que o CPC 22 potencializa, ou evidenciando como pertencentes a um único segmento o que torna a análise por segmento uma análise de balancete societário, não refletindo tantos detalhes como o CPC 22 requer.

5 CONCLUSÃO E RECOMENDAÇÕES

A pesquisa investigou o nível de divulgação sobre segmentos das empresas listadas no ISE que pertencem a 12 setores, correspondente a 4 anos compreendidos entre 2015 a 2018.

Detectou-se que 3,57% da amostra não mencionou em suas Notas Explicativas a existência de segmento, embora todas as empresas analisadas estejam sob influência do CPC 22. As empresas que divulgaram possuir apenas um segmento em sua operação, a totalidade foi de 25% da amostra, não possuindo grandes detalhes, mas fizeram menção sobre segmento, conforme exigência do CPC 22.

Contudo para aquelas empresas que fizeram a divulgação de suas demonstrações segmentadas, as informações destacadas se referem aos segmentos de produtos, serviços ou linha de negócios e, nesse modo de divulgação, 100% das empresas utilizaram tal procedimento. O segmento por área geográfica é o menos utilizado e, 3 empresas o fizeram com simultaneidade com os produtos. As informações sobre os clientes não são utilizadas como prática de divulgação, o que pode ser explicado pelo fato da exposição aos concorrentes.

Não há uniformidade nas demonstrações, nem mesmo quando comparadas ao mesmo setor de atuação. As informações econômico-financeiras divulgadas podem auxiliar na redução da assimetria informações entre os usuários, porém observou-se que o nível de divulgação das empresas não utilizou todos os itens do CPC22. Desta forma, fica evidente que houve aumento da divulgação das informações por segmento nas empresas, contudo ainda não está havendo total atendimento ao CPC 22, onde algumas divulgações são superficiais ou pouco detalhadas.

Destaca-se que a interpretação e resultado desta pesquisa, ficam restritas a amostra e tempo analisados, além da carteira ISE de 2018 visto que o número de as empresas que aderem a essa carteira muda todos os anos, por conta dessa carteira estar correlacionada a uma melhor prática de sustentabilidade empresarial além de apresentar uma rentabilidade crescente desde sua constituição, portanto não é possível inferir que tais resultados se referem a totalidade das empresas brasileiras.

Recomenda-se para futuros trabalhos uma investigação sobre os fatores que geram diferença nas divulgações por segmentos operacionais nas empresas. E, o motivo das empresas não quererem abrir suas demonstrações gerenciais, principalmente no Brasil, pois divulgam fora do país suas demonstrações por segmento, porém no Brasil divulgam como sendo único segmento.

Finalmente, espera-se que a pesquisa contribua para aumentar o conhecimento sobre esse tipo de divulgação nos relatórios contábeis.

REFERÊNCIAS

AILLÓN, H. S.; SILVA, J. O.; PINZAN, A. F.; WUERGES, A. F. E. Análise das informações por segmento: divulgação de informações gerenciais pelas empresas brasileiras. **Revista Contemporânea de Contabilidade** – UFSC. Florianópolis, v. 10, n. 19, p. 33-48, jan/abr. 2013. <http://dx.doi.org/10.5007/2715-8069.2013v10n19p33>.

AGUAYO MORAL, José Manuel. **Algunos rasgos em torno a la información económico financeira segmentada**, 1999.

ANDRADE, M. M. de. **Introdução à Metodologia do Trabalho Científico**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2009.

Bardin, L.(2011). Análise de conteúdo. São Paulo: Edições 70.

BAVISHI, V.; H. WYMAN. Foreign Operations Disclosure by US-Based Multinational Corporations: Are They Adequate? **International Journal of Accounting**, v.1, p. 153-168, 1980.

BEUREN, I. M.; GALLON, A. V. Análise do conteúdo da evidenciação nos relatórios da administração das empresas participantes dos níveis de governança da Bovespa. In: CONGRESSO USP DE CONTROLADORIA E CONTABILIDADE, 6. 2006, São Paulo. Anais... São Paulo: FEA/USP, 2006. CD-ROM.

BMFBOVESPA. Acesso em: <http://www.bmfbovespa.com.br/pt_br/produtos/indices/indices-de-sustentabilidade/indice-de-sustentabilidade-empresarial-ise.htm> .

BOTOSAN, C.A.; STANFORD, M. Managers' motives to withhold segment disclosures and the effect of SFAS No. 131 on Analysts' information environment. **The Accounting Review**, v. 80, n. 3, 2005.

BORSATO, J. M. L. S.; PIMENTA, D. P.; LEMES, S. Uma abordagem comparativa na análise da DOAR e DFC: um estudo de caso na Cia. Vale do Rio Doce. **Revista Contabilidade Vista & Revista**, v.20, n.2, p.161-179, 2009.

BOSCOV, C. P. O enfoque gerencial na divulgação de informações por segmento. 2009. 199 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo (FEAUSP). São Paulo, SP, 2009.

BUSHMAN, R. M.; A. J. SMITH. Financial accounting information and corporate governance. **Journal of Accounting and Economics**, p. 237 - 333, 2001.

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

CRUZ, A. P. C.; MACHADO, E. A.; PEREIRA, A. F.; CARVALHO, L. N. Empresas brasileiras do novo mercado e suas práticas de evidenciação voluntária de informações por

segmento. In: CONGRESSO ANPCONT, 5, 2011, Vitória/ES. Anais... Vitória, ANPCONT, 2011. CD-ROM.

CPC - COMITÊ DE PRONUNCIAMENTOS CONTÁBEIS. Pronunciamento técnico CPC 22 – Informações por segmento. Brasília: CPC, 2009. Disponível em: <<http://www.cpc.org.br>>. Acessado em novembro de 2017.

ERNST & YOUNG TERCO; FIPECAFI. IFRS: 1º ano. Análises sobre a adoção inicial do IFRS no Brasil. Disponível em:<<http://www.ey.com>>. Acessado em novembro de 2017.

FAVARO, L.C; ROVER. S. Índice de sustentabilidade empresarial (ISE): a associação entre os indicadores econômico-financeiros e as empresas que compõe a carteira. **Congresso UFSC de controladoria e finanças & iniciação científica em contabilidade**, 2014.

FIELDS, T. D.; LYS, T. Z.; VINCENT, L. Empirical research on accounting choice. **Journal of Accounting and Economics**, v. 31, n. 1-3, p. 255-307, 2001.

GARCIA, E.; FIORI, R.; BAZZOTTI, C.; FONSECA, E. F. de M.; PARIZOTO, K. G. Demonstrações contábeis por segmento e demonstrações contábeis consolidadas. **Ciências Sociais em Perspectiva**, v. 7, n. 12, p. 61-74, 2008.

GARRISON, R. H.; NOREEN, E. W.; BREWER, P. C. **Contabilidade Gerencial**. 11. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2007.

GAMBLE, G.; SIMMS, J. The role of activity-base costing in the development of segmented financial statements: an examination. **Journal of Business & Economics Research**, v. 8, n. 2, 2010.

HAIDER, L. F. Estudo Comparativo de Informações Contábeis por Segmento de Empresas Brasileiras que Negociaram na NYSE de 1999 a 2003. 2005. 97f. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) - Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis da Universidade Regional de Blumenau. Blumenau, SC, 2005.

HENDRIKSEN, E. S.; BRENDA, M. F. V. **Teoria da Contabilidade**. São Paulo: Atlas, 1999.

HERMANN, D; THOMAS, W. B. Segment Disclosures: Theories, Findings, and Implications. **The International Journal of Accounting**, v. 32, n.4, p. 487-501, 1997.

IUDÍCIBUS, S. **Teoria da contabilidade**. 10. ed. São Paulo: Atlas, 2010.

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

KIESO, D. E.; WEYGANDT, J. J.; WARFIELD, T. D. **Intermediate Accounting**. Wiley International Edition, 10ed. Nw York: John Wiley & Sons Inc., 2001.

LOPES, A. B.; MARTINS, E. **Teoria da contabilidade: uma nova abordagem** Editora Atlas, 2005.

MACEDO, M. A. da S.; MACHADO, M. A. V.; MURCIA; F. D. R.; MACHADO, M. R. Análise do impacto da substituição da DOAR pela DFC: um estudo sob a perspectiva do value-relevance. **Revista Contabilidade e Finanças**, São Paulo, v. 22, n. 57, p. 299-318, 2011.

MACKENZIE, B., COETSEE, D., NJIKIZANA, T., CHAMBOKO, R., COLYVAS, B., HANEKOM, B. **IRFS 2012: Interpretação e aplicação**. Brookman, Porto Alegre, 2013.

MARDINI, G. H.; CRAWFORD, L.; POWER, D. M. The impact of IFRS 8 on disclosures practices of Jordanian listed companies. **Journal of Accounting in Emerging Economies**. v.2, n.1. 2012. <http://dx.doi.org/10.1108/20421161211196139>

MAGALHÃES, L. E. R.; ORQUIZA, L. M. **Metodologia do trabalho científico**. Curitiba: FESP, 2002

MARTIN, A. D.; POLI, P. M. The usefulness of geographic segment disclosure for U.S. based MNCs operating in emerging markets. **Advances in International Accounting**. v. 17, 2004. [http://dx.doi.org/10.1016/s0897-3660\(04\)17010-4](http://dx.doi.org/10.1016/s0897-3660(04)17010-4)

MARTINS, G. A.; THEÓPHILO, C. R. **Metodologia da investigação científica para ciências sociais aplicadas**. São Paulo. Atlas, 2007.

MAPURUNGA, P. V. R.; PONTE, V. M. R.; HOLANDA, A. P. Fatores explicativos da aderência das firmas brasileiras ao disclosure relativo às informações por segmento. Paraná. **Enfoque: Reflexão contábil**, v.33, n. 1, 2014.

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

MOURAD, N. A. **IFRS 8: Segmentos operacionais**. São Paulo: Atlas, 2009.

MURCIA, F. D. R. Fatores determinantes do nível de disclosure voluntário de companhias abertas no Brasil. 2009. 182f. Tese (Doutorado em Ciências Contábeis) - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade, Universidade de São Paulo, São Paulo, 2009.

NICHOLS, N. B.; STREET, D. L. The relationship between competition and business segment reporting decisions under the management approach of IAS 14 Revised. **Journal of International Accounting Auditing & Taxation**, v. 16, n. 1, p. 51-68, 2007.

NICHOLS, N. B.; STREET, D. L.; CEREOLA, S. J. An analysis of the impact of adopting IFRS 8 on the segment disclosures of European blue chip companies. **Journal of International Accounting, Auditing and Taxation**, v. 21, n. 1, 2012.

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

PADOVEZE, C. L., BENEDICTO, G. C.; J. LEITE, J. S. **Manual de Contabilidade Internacional**. São Paulo: Cengage Learning, 2012.

PARDAL, P. N. C. P. B. Relato Financeiro por Segmentos em Portugal: Análise à Implementação da Directriz Contabilística N 27. 2007. 144 f. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis) - Escola de Gestão ISCTE. Lisboa, LB, Portugal, 2007.

PAUL, J. W.; LARGAY III, J. A. Does the management approach contribute to segment reporting transparency? **Business Horizons**, n. 48, p. 303-310, 2005.

PEPPE, F. S.; LISBOA, N. P. **IFRS 8 - Relatório por Segmento**. In: Ernst & Young, Fipecafi. Manual de normas internacionais de contabilidade :IFRS versus normas brasileiras. 2. ed. São Paulo.: Atlas, 2010.

PEREIRA, D. M. V. G.; LOPES, J. E. G.; PEDERNEIRAS, M. M. M.; SANTOS, R. Um estudo sobre a relação entre o lucro contábil e o disclosure das companhias abertas do setor de materiais básicos: evidências empíricas no mercado brasileiro de capitais. In: Congresso ANPCONT, 2, 2008, Salvador. Anais... Salvador: ANPCONT, 2008.

PROCIANOY, J. L.; ROCHA, C. F. P. Disclosure das cias abertas: um estudo Exploratório do Departamento de Relações com Investidores. In: REUNIÃO ANUAL DA ANPAD, 26. 2002, Salvador. Anais... Salvador: Anpad. 2002. CD-ROM.

RAUPP, Fabiano Maury; BEUREN, Ilse Maria. **Metodologia da Pesquisa Aplicável às Ciências Sociais**. In: BEUREN, Ilse Maria (Org.). Como Elaborar Trabalhos Monográficos em Contabilidade - Teoria e Prática. 3. ed. São Paulo: Atlas, 2010. p. 76-97.

SALOTTI, B. M.; YAMAMOTO, M. M. Ensaio sobre a teoria da divulgação. **Brazilian Business Review**, v. 2, n. 1, p. 53-70, 2005.

SEMPER, J. D. C.; BELTRÁN, J. M. T. La Información Segmentada em España: Factores Determinantes de su Publicación. **Revista Valenciana de Economía y Hacienda**, n. 5, p.107-124, 2002.

SCHNEIDER, G.; SCHOLZE, A. Segment disclosure under the management approach: the impact of proprietary costs on internal reporting decisions. Disponível em: <http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1830264>. Acessado em novembro de 2017.

SCHVIRCK, E. Relatórios por segmento publicados pelas companhias de capital aberto no Brasil: os efeitos da divulgação no desempenho das empresas. Tese (Doutorado em Administração) – Centro sócio econômico, Universidade Federal de Santa Catarina, Florianópolis, 2014.

SCHVIRCK, E.; GASPARETTO, V. Divulgação Voluntária de Informações por Segmento e Governança Corporativa antes da Vigência do CPC 22. In: Encontro Anual da Associação Nacional dos Programas de Pós-Graduação em Administração – EnANPAD. Anais. Rio de Janeiro, 2011.

SCHVIRCK, E.; LUNKES, R. J.; GASPARETTO, V. Divulgação de informações por segmento: Panorama da aplicação do CPC 22. **Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade**, v.7, n.2, 2013.

SEVERINO, A. J. **Metodologia do trabalho científico**. 23 ed. São Paulo: Cortez, 2007.

SILVA, A. C. R. **Metodologia da pesquisa aplicada à contabilidade: orientações de estudos, projetos, relatórios, monografias, dissertações, teses**. São Paulo: Atlas, 2003.

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

SOLOMON, J.; SOLOMON A. Private social, ethical and environmental disclosure. **Accounting, Auditing & Accountability Journal**, v. 19, nº 4, p. 564-591,2004.

SOUZA, J. A. e; ALMEIDA, J. E. F. de Grau de divulgação de informações por segmentos operacionais em ambientes competitivos. **Revista de Ciências Humanas**, v. 13, n. 1, p. 39-55, 2013.

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

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

VERGARA, S. C. **Projetos e relatórios de Pesquisa em Administração**. 13. ed. São Paulo: Atlas, 2011.

VERRECCHIA, R. E. Essays on disclosure. **Journal of Accounting and Economics**, v. 32, n. 1-3, p. 97-18, 2001.

WESCHENFELDER, C.; MAZZIONI, S. Informações por segmento: análise de nível de evidenciação das companhias listadas no novo mercado. **Revista Catarinense da Ciência Contábil**, v.13, n. 39, Florianópolis, 2014.