

Práticas de Divulgação de Informações sobre Segmentos Operacionais no Brasil

Practices of Information Disclosure about Operating Segments in Brazil

Júlia Alves e Souza

Mestre em Ciências Contábeis - UFES

Doutorando em Administração na UFLA

Avenida Fernando Ferrari, 514, Goiabeiras – Vitória/ES – 29075-010

julia.jasouza@gmail.com

Alfredo Sarlo Neto

Doutor em Controladoria e Contabilidade – FEA/USP

Professor do Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis da UFES

Avenida Fernando Ferrari, 514, Goiabeiras – Vitória/ES – 29075-010

supersarloneto@gmail.com

Resumo

Este estudo objetiva identificar as práticas de divulgação de informações sobre segmentos operacionais apresentadas por empresas brasileiras. São abordados os anos de 2010 e 2011, sendo que a obrigatoriedade desse tipo de divulgação para as empresas abertas brasileiras iniciou-se em 2010. A pesquisa descritiva desenvolve-se a partir da análise do conteúdo das demonstrações contábeis das empresas, tendo como referência os requisitos constantes no Pronunciamento CPC 22. Os dados, referentes às demonstrações financeiras das empresas, são coletados no site da Comissão de Valores Mobiliários (CVM). O estudo engloba 272 empresas ativas na BM&FBOVESPA, distribuídas em 20 setores econômicos, totalizando 544 demonstrações contábeis analisadas. Conclui-se que não houve uniformidade nas práticas de divulgação sobre segmentos de tais empresas, conforme esperado (dada a discricionariedade permitida pelo CPC 22). Identificam-se diferenças tanto nos tipos de informações divulgadas quanto nos níveis de detalhamento das mesmas. Algumas das empresas sequer mencionaram diretamente a existência de segmentos operacionais. Constatase, ainda, que o nível de divulgação das empresas não explorou todos os pontos mencionados pelo Pronunciamento, e, desta forma, os resultados evidenciam que não houve total cumprimento dos requisitos do CPC 22 por parte dessas empresas, sendo as práticas de divulgação pouco detalhadas e superficiais em diversos aspectos.

Palavras-chave: Segmentos operacionais. CPC 22. Informações por segmentos. Práticas de divulgação.

Abstract

This study aims to identify the practices of information disclosure about operating segments presented by Brazilian companies. The years 2010 and 2011 are covered, and 2010 was the first year of this kind of compulsory disclosure by Brazilian public companies. The descriptive research is developed using the content analysis of companies' financial statements, with reference from the requirements contained in Pronouncement CPC 22. The data, referring to the financial statements of the companies, are collected in the website of the Comissão de Valores Mobiliários (CVM). The study covers 272 companies active in the

Artigo publicado anteriormente nos Anais do IV AdCont em 2013.

Artigo submetido em 26 de fevereiro de 2014 e aceito em 29 de julho de 2014 pelo Editor Marcelo Alvaro da Silva Macedo, após *double blind review*.

BM&FBOVESPA, distributed into 20 economic sectors, totaling 544 financial statements analyzed. It was concluded that there was no uniformity in the segments disclosure practices of the companies, as expected (once that exist the discretion allowed by CPC 22). Differences are identified both at the types of disclosures as at the level of detail of the same. Some of the companies hadn't even directly mentioned the existence of operating segments. It is also noted that the level of disclosure of companies have not explored all the points mentioned by the Pronouncement, and thus the results show there was not full compliance with the requirements of CPC 22 by these companies, and the disclosure practices have a low level of detail and are superficial in several respects.

Keywords: Operating Segments. CPC 22. Segment reporting. Disclosure practices.

1 Introdução

Considerando o atual cenário de diversificação dos negócios, globalização econômica e internacionalização dos investimentos, a informação sobre segmentos operacionais pode alterar a percepção sobre a realidade econômico-financeira das entidades. Assume, dessa forma, crescente importância. Troberg, Kinnunen e Seppänen (2010) enfatizam que a grande diversidade de atividades, setores e países em que as empresas operam aumenta a necessidade de informações desagregadas ao longo dessas dimensões, a fim de fornecer dados mais úteis para decisões de investimento (BALAKRISHNAN; HARRIS; SEAN, 1990).

Esse tipo de informação reflete a segmentação das atividades das empresas, ou seja, como são estruturados internamente seus negócios. Assim, segundo Vasconcelos e Szuster (2003), permite que os usuários externos compreendam mais adequadamente a realidade econômica das entidades, favorecendo a análise financeira das companhias (nacionais ou estrangeiras) e melhorando o nível de transparência.

Conforme Troberg, Kinnunen e Seppänen (2010), a utilidade das informações por segmentos é fundamentada na presunção de diversidades de retornos e riscos entre os segmentos reportados. Essa visão é reforçada pela *Association for Investment Management and Research* (AIMR), que observa que a demanda dos usuários por informações por segmento é essencial, fundamental e indispensável, sendo esse tipo de informação importante componente do processo de análise financeira (KNUTSON, 1993).

Perante as demandas dos diferentes usuários das informações contábeis, Wilson *et al.* (2001) mencionam que tais usuários encontram maior dificuldade para analisar os diferentes resultados dos segmentos na performance da empresa. Sendo assim, para melhor percepção quanto aos riscos e oportunidades que esta pode proporcionar, é clara a necessidade de desagregação e maior nível de individualização da informação financeira, possibilitando a compreensão dos diversos componentes e segmentos de atuação empresariais.

Alguns dos benefícios que a informação sobre segmentos proporciona são apresentados resumidamente por Reis, Godinho e Roque (2005): identificação e análise de oportunidades e riscos, avaliação mais objetiva do que a baseada em dados consolidados, fornecimento de elementos sobre a estrutura operacional, melhoria dos tipos de informação da gestão, maior detalhamento das demonstrações financeiras e melhoria do envolvimento dos auditores com a informação.

No entanto, existem fatores desfavoráveis à divulgação por segmentos. Muitas empresas encaram a apresentação da informação segmentada como uma exposição elevada de suas atividades e de dados internos (que passam a ser disponibilizados para o ambiente externo à organização). Esse tipo de divulgação pode ser prejudicial às empresas, pois expõe os seus negócios e pode proporcionar aos seus concorrentes uma vantagem competitiva. Assim, as organizações temem que a exposição da posição econômico-financeira de seus

diversos negócios resulte, por exemplo, em litígios com os seus trabalhadores ou sindicatos, bem como na perda de poder de negociação perante clientes e fornecedores (PARDAL, 2007).

Embora a divulgação de informações por segmentos venha sendo discutida internacionalmente ao longo das últimas décadas, ainda é uma temática relativamente recente no Brasil. Em 2009, o Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC) emitiu o Pronunciamento CPC 22 - “Informações por Segmento”, que trata da divulgação desse tipo de informações no país (CPC, 2009). O CPC 22 foi elaborado a partir da correlação com o *International Financial Reporting Standard (IFRS) 08 - “Operating Segments”*, e a aprovação do mesmo se insere no processo de harmonização das normas internacionais de contabilidade.

Antes dessa normatização, não havia no país uma padronização para a evidenciação desse tipo de informações, ou sobre os requisitos mínimos a serem evidenciados. Algumas empresas nacionais já apresentavam relatórios por segmentos, como mostram os estudos de Vasconcelos e Szuster (2003) e de Cruz *et al.* (2011), mas esses relatórios eram pouco detalhados e, até a emissão do CPC 22, as iniciativas para divulgação de informações por segmento eram escassas, sendo essa divulgação feita de forma incipiente.

O CPC 22 é baseado em princípios, e não em imposições rígidas, o que permite elevado grau de subjetividade em sua aplicação. Conforme Boscov (2009) destaca, a segmentação deve estar de acordo com políticas contábeis e formas de divulgação internas, refletindo os mesmos critérios utilizados na contabilidade gerencial de cada instituição. Logo, a divulgação sobre segmentos é feita de acordo com a visão *through the eyes of Management* (através dos olhos da Gerência), conhecida como *management approach* (enfoque gerencial).

Tal Pronunciamento permite liberdade para a escolha do estilo de divulgação das informações por segmentos, dando margem a diferentes estratégias de divulgação. Com isso, a tendência é de que não haja uniformidade entre o grau de informações fornecidas pelas empresas. Pardal (2007) argumenta que empresas com características diferentes apresentarão diferentes práticas sobre segmentos. Kieso, Weygandt e Warfield (2001) mencionam o problema de diminuição da comparabilidade entre empresas devido ao uso de diferentes políticas contábeis e critérios de alocação dos itens econômico-financeiros pelos segmentos.

De acordo com Mourad (2009), deve haver diferenças de segmentos determinados entre uma empresa e outra, inclusive do mesmo setor econômico. Já que as divulgações devem refletir a forma pela qual cada empresa é gerenciada, torna-se importante analisar as informações por segmentos divulgadas por diferentes empresas, de diversos setores.

Diante desse cenário, este estudo procura responder à seguinte questão: Quais as práticas de divulgação de informações sobre segmentos operacionais apresentadas por empresas brasileiras?

As justificativas para a execução desta pesquisa baseiam-se em três premissas essenciais: a crescente demanda da sociedade por maior transparência e evidenciação contábil das empresas, a potencial relevância das informações por segmentos para os usuários das demonstrações contábeis e a escassez de literatura acerca do tema em questão.

Assim, o objetivo geral da pesquisa consiste em identificar as práticas de divulgação de informações sobre segmentos das empresas brasileiras. São abordadas 272 empresas abertas, listadas na BM&FBOVESPA e pertencentes a 20 diferentes setores econômicos. A análise engloba os anos de 2010 e 2011, considerando que 2010 foi o primeiro ano de divulgação obrigatória sobre os segmentos operacionais para essas empresas.

Este estudo está dividido em cinco seções. Após esta introdução (primeira seção), é apresentado o referencial teórico que trata dos principais aspectos relacionados à divulgação de informações sobre segmentos. Na terceira seção, encontra-se a descrição da metodologia utilizada, enquanto que os resultados e discussões são apresentados na quarta seção. Por fim, encontram-se as considerações finais pertinentes ao estudo.

2 Referencial Teórico

2.1 Segmento Operacional e Normas Internacionais

No contexto interno de uma empresa, segmento operacional pode ser entendido como cada unidade que compõe suas operações. Segundo Garrison, Noreen e Brewer (2007), um segmento operacional é uma parte ou atividade da organização a respeito da qual os administradores possuem ou gostariam de possuir dados de custo, receita ou lucro. Alguns exemplos de segmentos incluiriam: divisões da empresa, territórios de vendas, lojas individuais, centros de serviços, departamentos, clientes individuais e linhas de produtos.

Como destacado por Boscov (2009), um segmento operacional é um componente (da organização) que trabalha em atividades de onde obtém receitas e incorre em despesas (o que inclui transações com outros componentes internos), cujos resultados operacionais são regularmente revisados pelos gestores para as decisões sobre recursos a serem alocados e as avaliações de desempenho, e para o qual estão disponíveis informações financeiras separadas.

A divulgação de informações por segmentos tem sido alvo de debates desde o princípio dos anos 60, e essa tendência acentuou-se ao longo das últimas décadas do século XX e do início do século XXI. A partir da década de 60, com o crescimento do mercado de capitais americano, a contabilidade passou a ganhar força sob uma perspectiva baseada na elaboração e divulgação de informações relevantes aos seus usuários. Desde então, passou a ser mais valorizada a partir da capacidade de fornecer informações que sejam úteis ao processo de decisório (ANTUNES; ANTUNES; PENTEADO, 2007).

A globalização dos mercados trouxe, ainda, a necessidade da harmonização contábil em todo o mundo. As normas sobre a divulgação de informações sobre segmentos operacionais têm seguido essa tendência de evolução. Nas décadas de 1960 e 1970, foram criadas as primeiras normas a nível internacional sobre esta divulgação. Em 1976, o *Financial Accounting Standards Board* - FASB, órgão regulador norte-americano, emitiu a SFAS 14 - *Financial Reporting for Segments of a Business Enterprise* (FASB, 1976), e em 1981, o *International Accounting Standards Committee* - IASC divulgou a IAS 14 - *Reporting Financial Information by Segment* (IASC, 1981). Em 1997, foi publicada, pelo FASB, a SFAS 131 - *Disclosures About Segments of an Enterprise and Related Information*, que trouxe inovações importantes para o relato de informações por segmentos (FASB, 1997).

Fruto do processo de convergência entre a IAS 14 (IASC) e a SFAS 131 (FASB), foi publicada pelo *International Accounting Standards Board* - IASB, em 2006, a IFRS 08 (IASB, 2006), base para o CPC 22. O objetivo desta norma é estabelecer requerimentos de evidenciação de informações sobre os segmentos operacionais de uma companhia, e também sobre seus produtos, serviços, áreas geográficas e principais clientes.

2.2 O Pronunciamento CPC 22 - Informações por Segmentos

No Brasil, o processo de convergência às normas internacionais (IFRS) vem se consolidando principalmente através do Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC). Uma das normas emitidas pelo CPC é o Pronunciamento CPC 22 - Informações por Segmentos, elaborado a partir da correlação com o IFRS 8. Tal norma especifica como a entidade deve divulgar informações sobre seus segmentos operacionais nas demonstrações contábeis anuais.

Antes dessa normatização, não havia no Brasil uma padronização para a evidenciação desse tipo de informações, ou sobre os requisitos mínimos a serem evidenciados. Algumas empresas nacionais já apresentavam relatórios por segmentos, como mostra o estudo de Vasconcelos e Szuster (2003). Apenas parte delas o fazia, algumas voluntariamente, outras por exigências de mercados externos ou ainda de agências reguladoras. Dessa forma, não existia uma normatização geral, e muitas das empresas não divulgava essas informações.

O CPC 22 é baseado em princípios (*principles-based*), o que permite elevado grau de subjetividade em sua aplicação e a possibilidade de diferentes escolhas de divulgação. Como explicita Boscov (2009), a norma elimina algumas definições, como o que é “receita do segmento”, pois essas definições, agora, serão feitas de acordo com o julgamento profissional de cada entidade. A segmentação deve refletir os mesmos critérios utilizados na contabilidade gerencial de cada instituição, e busca-se que o relatório seja o mais aderente possível à realidade, refletindo o *management approach* abordado por Paul e Largay III (2005).

De acordo com o CPC 22, a entidade deve divulgar separadamente as informações sobre cada segmento operacional que tenha sido identificado ou que resulte da agregação de dois ou mais desses segmentos, e desde que supere os parâmetros mínimos quantitativos determinados. Esses parâmetros mínimos servem como um guia de orientação, mas a empresa pode utilizar outro critério, caso acredite que este espelhe melhor sua realidade econômica. Os critérios quantitativos são basicamente percentuais estabelecidos: as receitas totais do segmento em comparação à soma de todas as receitas; o lucro ou prejuízo com relação ao lucro de todos os segmentos que evidenciarem lucro ou com relação ao prejuízo de todos os segmentos que evidenciarem prejuízo; e ativos com relação aos ativos totais.

A entidade deve apresentar a explicação das mensurações do lucro ou do prejuízo e dos ativos e dos passivos do segmento, para cada um dos segmentos divulgáveis, e proporcionar conciliações das informações dos segmentos com relação aos seus totais dos seguintes elementos: receitas, lucro ou prejuízo, ativos, passivos e quaisquer informações evidenciadas dos segmentos divulgáveis. Informações geográficas também devem ser disponibilizadas por país ou grupo de países, relativamente a receitas e ativos. Se forem relevantes as informações por região geográfica dentro do Brasil, e se essas informações forem utilizadas gerencialmente, as mesmas regras de evidenciação devem ser observadas (CPC, 2009). Dentre outros pontos, a entidade deverá fornecer informações sobre o grau de dependência em relação a seus principais clientes, sem a obrigação de identificar seus nomes.

Assim, o grande direcionamento implantado no Brasil pelo CPC 22 é a adoção do padrão gerencial na apresentação das informações por segmentos. As informações transmitidas aos usuários externos das demonstrações devem ter a ótica do gestor da empresa. Entretanto, esse padrão envolve elevada subjetividade (BOSCOV, 2009) e abre a possibilidade de que as empresas apresentem diversas práticas de evidenciação (MOURAD, 2009), adotando diferentes escolhas contábeis em relação à divulgação a ser efetuada.

2.3 Vantagens e Desvantagens das Informações sobre Segmentos

Perante as demandas dos diferentes usuários das informações contábeis, Wilson *et al.* (2001) mencionam que tais usuários encontram maior dificuldade para analisar os diferentes resultados dos segmentos na *performance* da empresa. Sendo assim, para melhor percepção quanto aos riscos e oportunidades que esta pode proporcionar, é clara a necessidade de desagregação e maior nível de individualização da informação financeira, possibilitando a compreensão dos diversos componentes e segmentos de atuação empresariais.

De acordo com Vasconcelos e Szuster (2003), a apresentação de informações por segmentos melhora a qualidade informacional das demonstrações contábeis de uma companhia, pois permite que os diversos usuários da informação possam analisar com maior profundidade elementos sobre suas operações, possibilitando estabelecer juízo relacionado à lucratividade, riscos e oportunidades. Os autores mencionam, ainda, que com a diversificação da atividade de uma empresa, uma informação global, que não apresenta detalhamento quanto a essas atividades, não permite a realização de uma análise precisa da organização. Reforçando essa ideia, Kieso, Weygandt e Warfield (2001) argumentam que se apenas os dados consolidados estiverem disponíveis para os usuários, muito da informação que compõe esses dados é escondida nos valores totais agregados.

No entanto, existem argumentos desfavoráveis à divulgação por segmentos. Pardal (2007) explicita que a apresentação da informação segmentada é encarada por muitas empresas como uma exposição elevada de suas atividades e da informação de gestão para o ambiente externo à organização. Esta corrente de críticas defende que esse tipo de divulgação pode ser prejudicial às empresas em virtude de exporem os seus negócios à concorrência, proporcionando, aos seus concorrentes, uma vantagem competitiva.

Delaney *et al.* (2000) colocam a questão da diminuição da comparabilidade entre empresas devido ao uso de diferentes políticas contábeis e diferentes critérios de alocação dos itens entre os segmentos. Há ainda o argumento de que o custo de compilar, processar e disseminar esta informação poderá exceder seus benefícios. No entanto, nenhuma evidência está disponível sobre os custos de exposição ou sobre a quantificação de tais benefícios.

As discussões quanto às vantagens e desvantagens da informação por segmentos são amplas. As dificuldades, porém, na visão de Garcia *et al.* (2008), não comprometem o estudo desse tipo de informação, mas trazem o debate para que mais pesquisadores efetuem trabalhos no sentido de aprimorar o pensamento sobre informações segmentadas. Segundo Kieso, Weygandt e Warfield (2001), os defensores da informação por segmentos aparentam ter argumentos mais fortes, sustentados essencialmente na grande relevância que a maioria dos utilizadores reconhecem nesse tipo de divulgação. Para Delaney *et al.* (2000), apesar de todas as potenciais desvantagens, a informação por segmentos cresce em importância, à medida que o número e dimensão da informação agregada cresce, que as operações internacionais aumentam, e que as empresas prosseguem a sua estratégia de diversificação.

2.4 Estudos Anteriores sobre Informações por Segmentos

Conforme Herrmann e Thomas (1997), as práticas de divulgação de informações sobre segmentos vêm recebendo críticas consideráveis da comunidade acadêmica. Arnold, Holder e Mann (1980) descrevem a grande variação no nível de desagregação das informações por segmentos geográficos, assim como Bavishi e Wyman (1980) que constatam que as empresas usam uma grande variedade de esquemas de classificação, com uma tendência para esquemas amplos e um número limitado de segmentos geográficos.

A grande flexibilidade dada aos gestores para definição desses segmentos operacionais é colocada por Gamble e Simms (2010) como geradora de insatisfação com as informações por segmentos operacionais.

Dentre os trabalhos internacionais desenvolvidos sobre a divulgação de informações por segmentos operacionais, podem-se destacar estudos como Hermann e Thomas (1997), que busca classificar os benefícios de segmentos por áreas geográficas em três grandes blocos: capacidade preditiva, precificação e avaliação de riscos. Tal estudo conclui que quanto maior o nível de desagregação de informações, melhor é a previsão de vendas e lucros.

Berger e Hann (2003) concluem que uma maior divulgação de informações por segmentos resulta numa melhor capacidade dos analistas em prever a performance futura de uma empresa e, conseqüentemente, influenciarem os investidores e demais usuários na sua tomada de decisão.

Pardal (2007) apresenta as características predominantes da estrutura de relatórios por segmentos em Portugal, realizando uma análise da aplicação da Diretriz Contabilística 27, que implementa normatizações sobre o assunto no país. Os resultados evidenciam que não houve total cumprimento dos objetivos e regras da norma.

Paul e Largay III (2005) analisam a abordagem de *Management Approach*, apresentando o diagnóstico para empresas listadas nos EUA em relação aos anos de 1997 e 1998. Concluem que o potencial dessa nova abordagem em beneficiar os usuários é comprometido pelo cumprimento desigual entre as empresas. Os autores revelam que foram surpreendidos por relatórios sobre segmentos "inadequados" de algumas empresas.

Embora academicamente o debate internacional sobre a divulgação de informações contábeis por segmento se mostre mais amplo, no Brasil não existe ainda um sólido corpo de estudos relacionado às informações por segmentos operacionais, havendo uma carência na área. Apesar disso, alguns trabalhos podem ser ressaltados.

O estudo de Vasconcelos e Szuster (2003) buscou averiguar o estágio de evidenciação de informações por segmentos nas demonstrações contábeis das empresas brasileiras, em 2001, constatando que, neste ano, algumas empresas nacionais já apresentavam informações por segmentos, mas não existia uma padronização para a evidenciação dessas informações.

Já Boscov (2009) apresenta discussões teóricas relevantes sobre o tema, ao buscar identificar o efeito da vinculação da contabilidade financeira à gerencial na qualidade das informações financeiras e no nível de divulgação, no contexto de implementação da IFRS 8.

O trabalho de Garcia *et al.* (2008) apresenta as diferenças entre demonstrações contábeis por segmento econômico ou geográfico e demonstrações contábeis consolidadas, descrevendo as vantagens e desvantagens e estabelecendo um comparativo entre tais demonstrações. Mais recentemente, alguns estudos incipientes apontam aspectos iniciais sobre a divulgação de informações sobre segmentos no Brasil a partir de 2010, tais como Cruz *et al.* (2011), Souza e Almeida (2013), Aillón *et al.* (2012) e Schvirck e Gasparetto (2011), que evidenciam diferentes níveis de divulgação das empresas.

3 Procedimentos Metodológicos

Com relação aos objetivos, o presente estudo pode ser classificado como descritivo, tendo em vista que busca primordialmente expor as características das práticas de divulgação de informações sobre segmentos presentes nas demonstrações contábeis das empresas selecionadas. Para Andrade (2009), em tal tipologia de pesquisa se almeja ampliar o conhecimento sobre o tema e descrever o fenômeno estudado.

A população do estudo engloba todas as empresas abertas brasileiras ativas na BM&FBOVESPA, para as quais se aplica o Pronunciamento CPC 22 (é exigida a divulgação de informações por segmentos operacionais). De acordo com a classificação setorial disponibilizada pelo banco de dados Economática[®] (“Setor Eco”), tais empresas podem ser segregadas em 20 diferentes setores e uma categoria à parte denominada “outros”. Para a composição da amostra do estudo, a única exclusão intencional efetuada é a das empresas pertencentes a tal categoria, sendo que essa categoria “outras” é excluída devido à heterogeneidade das empresas que a compõem (o que não permitiria comparações razoáveis).

Do total de 367 empresas ativas na bolsa, 272 compõem a amostra do estudo. Além da exclusão da categoria setorial “outros”, com 81 empresas, são excluídas as 21 empresas para as quais não estavam disponíveis, no site da Comissão de Valores Mobiliários (CVM), os documentos classificados como “Demonstrações Financeiras Anuais Completas” para o ano de 2010 e/ou 2011. Vale ressaltar que o processo de amostragem é não probabilístico, e que a amostra do estudo engloba mais de 74% das empresas abertas ativas na Bolsa.

O período de análise compreende os anos de 2010 e 2011, para os quais se encontravam disponíveis as demonstrações contábeis a partir da aplicação do CPC 22. Uma vez que são abordados 2 anos, analisam-se, no total, 544 relatórios contábeis.

A amostra é heterogênea em relação aos setores de atuação das empresas, uma vez que são englobados 20 setores econômicos brasileiros (destaca-se que a classificação setorial utilizada é a disponibilizada pelo banco de dados Economática[®]).

As fontes documentais utilizadas no estudo consistem nas “Demonstrações Financeiras Anuais Completas”, referentes aos anos de 2010 e 2011, de cada uma das empresas da amostra. Tais demonstrações foram obtidas no sítio eletrônico da Comissão de Valores Mobiliários (CVM).

A operacionalização do estudo dá-se inicialmente pela criação de uma lista de verificação, ou *checklist*, contendo ordenadamente os possíveis itens de divulgação sobre segmentos. Foram consideradas 7 categorias e 40 subcategorias de divulgação, sendo estas elaboradas com base nos requisitos do Pronunciamento CPC 22, englobando os itens que se esperaria identificar nas demonstrações contábeis das empresas em análise. Tal lista foi aplicada às demonstrações das empresas selecionadas, o que permitiu identificar a presença ou ausência de cada ponto abordado pelo Pronunciamento. No total foram verificados 40 itens, os quais serão apresentados e descritos na próxima seção deste estudo.

A partir de tais itens, operacionaliza-se a análise do conteúdo das informações sobre segmentos presentes nas demonstrações, verificando suas principais características, de forma a apresentar um panorama geral das informações (práticas de divulgação).

Efetua-se a verificação da presença de cada um dos itens nas das empresas analisadas, mais especificamente nas notas explicativas. Foram identificadas, adicionalmente, informações tais como a existência de nota específica sobre as informações por segmentos, menção ao CPC 22, critérios de segmentação e número de segmentos reportados.

Na sequência, busca-se elaborar uma métrica para os diferentes níveis de divulgação identificados a partir da aplicação do *checklist*. Cria-se a variável Nível de Divulgação de Informações sobre Segmentos (NDIS), sendo que em cada um dos itens de análise atribuiu-se o valor 1 para presença e 0 para a ausência da informação (subcategoria). Optou-se por mensurar o nível total de divulgação sem atribuir pesos para diferentes itens, pois dessa forma a mensuração reflete a percepção de todos os usuários em conjunto, sem privilegiar determinado grupo. O Nível de Divulgação de Informações sobre Segmentos corresponde à soma dos valores atribuídos aos itens. Assim, obteve-se um NDIS para cada empresa (que poderia variar entre 0 e 40). Logo, esse indicador reflete o nível geral de divulgação sobre segmentos dessas empresas.

4 Resultados e Discussões

Levando em consideração que todas as empresas da amostra estão sobre o campo de abrangência do CPC 22, esperava-se que todas elas apresentassem algum tipo de divulgação de informações sobre segmentos operacionais. Entretanto, verificou-se que algumas delas sequer mencionaram diretamente a questão dos segmentos operacionais. Outras apresentaram informações escassas e/ou incompletas, muitas vezes não atendendo aos requisitos do CPC 22. Os resultados sobre as práticas de divulgação das 272 empresas são detalhados a seguir.

4.1 Divulgação Básica e Forma de Apresentação

Em relação à divulgação básica, verifica-se que 23,16% das empresas (63, do total de 272) não mencionaram a questão da existência ou de divulgação de informações por segmentos em nenhum dos dois anos em análise (2010 e 2011). A distribuição dessas empresas por setor é apresentada na Tabela 01. Assim, uma parcela significativa das empresas não apresentou nenhuma prática de divulgação em relação a esse tipo de informação. Esse resultado revela que tais empresas não estão atendendo nem ao mínimo de divulgação requerido pelo CPC 22, deixando de fornecer aos usuários as informações por ele preconizadas.

Tabela 01 - Empresas que não mencionaram a existência de informações sobre segmentos operacionais

<i>Setor</i>	<i>Total de Empresas</i>	<i>Não mencionaram</i>	<i>% Que não mencionaram</i>
Agro e Pesca	5	2	40,00%
Alimentos e bebidas	20	3	15,00%
Comércio	16	0	0,00%
Construção	23	3	13,04%
Eletroeletrônicos	6	2	33,33%
Energia elétrica	36	8	22,22%
Finanças e seguros	33	19	57,58%
Fundos	1	1	100,00%
Máquinas industriais	5	1	20,00%
Mineração	6	2	33,33%
Minerais não metálicos	4	2	50,00%
Papel e celulose	5	1	20,00%
Petróleo e gás	7	1	14,29%
Química	10	0	0,00%
Siderurgia e metalurgia	23	7	30,43%
Software e dados	3	0	0,00%
Telecomunicações	9	2	22,22%
Têxtil	27	5	18,52%
Transportes	15	1	6,67%
Veículos	18	3	16,67%
Total (20 setores)	272	63	23,16%

Destacam-se os setores de Finanças e seguros, em que 57,58% das empresas não mencionaram diretamente a questão dos segmentos operacionais. O setor de Minerais não metálicos ficou em segundo lugar no percentual de empresas que não mencionaram essa divulgação, representado por 50%. O setor Fundos apresentou apenas uma empresa, sendo que esta também não abordou essa divulgação. Já nos setores de Comércio, Química e Software e dados, todas as empresas mencionaram a existência dos segmentos operacionais.

Houve ainda 17 empresas (6,25% do total) que não mencionaram a existência de segmentos operacionais em 2010, mas passaram a fazê-lo em 2011. Nota-se, com isso, a aparente tendência do aumento no nível de divulgação com o passar do tempo, considerando ainda que 2010 foi o primeiro ano da aplicação do CPC 22 (seria razoável supor que o nível de divulgação fosse menor nesse primeiro ano). Entretanto, 4 empresas mencionaram as informações por segmentos para 2010, mas deixaram de fazê-lo em relação a 2011. Não foi apresentada nenhuma justificativa para a ausência dessas informações nos relatórios de 2011.

Em relação à forma geral das práticas de divulgação, observa-se, conforme a Tabela 02, que a maioria das empresas opta por divulgar parte das informações referentes a seus segmentos operacionais nas notas de políticas contábeis, normalmente entre as cinco primeiras notas explicativas. Além disso, em 2010, 58,09% apresentaram uma nota específica sobre segmentos operacionais, enquanto que em 2011 esse número aumentou para 63,60%, reafirmando a tendência de aumento da divulgação.

Tabela 02 - Formas gerais de apresentação das informações sobre segmentos

<i>Quesito de análise</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>
Menciona segmentos na nota de políticas	52,94%	54,04%
Há nota sobre segmentos operacionais	58,09%	63,60%
Menciona o CPC 22 e/ou o IFRS 8	28,68%	27,57%
Diz estar em conformidade com o CPC 22 e/ou o IFRS 8	24,63%	22,50%

Também se pode observar que, no ano de 2010, 28,68% das empresas mencionaram a existência do CPC 22 e/ou do IFRS 08, sendo que esse foi o primeiro ano de vigência do Pronunciamento no Brasil. Algumas dessas empresas mencionaram ser uma exigência nova, e 24,63% afirmaram estar divulgando suas demonstrações de acordo com o requerido (por tal Pronunciamento). Já em 2011, houve redução nesses números, sendo que 24,17% mencionaram a existência e 22,5% declararam explicitamente estar em conformidade.

4.2 Critérios de Identificação dos Segmentos

Um ponto importante de divulgação consiste nos critérios de identificação dos segmentos operacionais divulgáveis (que devem refletir a forma como a gerência interna administra o negócio). A maioria das empresas (67,28% em 2010 e 73,53% em 2011) divulgou esses critérios, como apresentado na Tabela 03.

Tabela 03 - Critérios de identificação dos segmentos operacionais

<i>Quesito de análise</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>
Informações gerais (categoria 1)		
Menciona a existência de informações sobre segmentos operacionais	70,59%	75,74%
Apresenta os critérios para identificação dos segmentos operacionais divulgáveis?	67,28%	73,53%
Apresenta os tipos de produtos e serviços a partir dos quais cada segmento divulgável obtém suas receitas?	61,40%	67,65%
Critérios de agregação de segmentos	0,37%	0,37%
Descrição das receitas incluídas em “outros segmentos”	11,76%	12,13%
*Critérios de segmentação, dentre as que divulgaram		
Segmentação por produtos, serviços ou linhas de negócios	86,01%	87,33%
Segmentação por áreas geográficas	13,99%	12,67%

Outro ponto que foi atendido por 61,40% das empresas em 2010 e 67,65% em 2011 foi a apresentação dos tipos de produtos e serviços que geram as receitas dos segmentos. Em relação a ter efetuado agregação entre dois ou mais segmentos, apenas uma empresa (0,37%), em ambos os anos, detalhou os critérios de agregação. Observou-se que, do total de empresas, 18,38% apresentaram a classificação de “outros segmentos”, tanto em 2010 quanto em 2011, sendo que 62,02% delas em 2010 (11,76% do total) e 63,98% em 2011 (12,13% do total) descreveram as receitas incluídas em tais segmentos, o que consiste em um dos pontos requeridos pelo CPC.

Em relação aos critérios utilizados para a segmentação, nota-se a predominância da segmentação de acordo com a divisão por produtos, serviços ou linhas de negócios. Mais de 85% das empresas segregam seus segmentos segundo esse critério, em ambos os anos.

4.3 Número de Segmentos Reportados

Quanto ao número de segmentos reportados, uma parcela significativa das empresas não forneceu dados, conforme já mencionado. Parte da amostra declarou possuir apenas 1 segmento operacional, e a empresa com maior número de segmentos reportou 8 deles. Os percentuais de empresas segundo o número de segmentos é apresentado na Tabela 04.

Tabela 04 - Percentuais de empresas segundo o número de segmentos reportados

<i>Quantidade de segmentos</i>	<i>% em 2010</i>	<i>% em 2011</i>
Não apresentaram informações	29,41%	24,26%
1 segmento	21,32%	22,79%
2 segmentos	13,97%	15,07%
3 segmentos	11,76%	11,40%
4 segmentos	11,76%	15,44%
5 ou mais segmentos	11,76%	11,03%

Desconsiderando as empresas que não apresentaram informações, observa-se que há predominância das empresas que declaram possuir segmento único, que representam 21,32% do total em 2010 e 22,79% em 2011. Ressalta-se, ainda, que pouco mais de 23% das empresas reportam informações sobre 4 ou mais segmentos, nos dois anos.

4.4 Divulgação sobre Área Geográfica, Produtos e Serviços e Principais Clientes

Na Tabela 05, a seguir, são apresentados os percentuais de empresas que apresentaram cada um dos itens de divulgação em relação a informações sobre área geográfica, produtos e serviços e sobre os principais clientes.

Tabela 05 - Divulgação sobre área geográfica, produtos e serviços e principais clientes

<i>Item de divulgação</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>
Informação sobre área geográfica (categoria 2)		
Receitas provenientes de clientes externos atribuídos ao país-sede da entidade (mercado interno)	26,10%	29,04%
Receitas provenientes de clientes externos atribuídos a todos os países estrangeiros de onde a entidade obtém receitas (mercado externo).	25,37%	28,31%
Ativo não circulante, exceto instrumentos financeiros e imposto de renda e contribuição social diferidos ativos, benefícios de pós-emprego e direitos provenientes de contratos de seguro, localizados no país sede da entidade	8,09%	9,56%
Ativo não circulante, exceto instrumentos financeiros, imposto de renda e contribuição social diferidos ativos, benefícios de pós-emprego e direitos provenientes de contratos de seguro, localizados em todos os países estrangeiros em que a entidade mantém ativos.	7,72%	9,56%
Informação por país ou subtotais de informações geográficas sobre grupos de países	12,87%	14,34%
Informações por região geográfica dentro do Brasil	3,33%	4,04%
Informação sobre produto e serviço (categoria 3)		
Receitas provenientes dos clientes externos em relação a cada produto e serviço ou a cada grupo de produtos e serviços semelhantes	48,90%	51,10%
Informação sobre os principais clientes (categoria 4)		
Informações sobre o grau de dependência de seus principais clientes (no caso de receitas provenientes das transações com um único cliente externo representarem 10% ou mais das receitas totais da entidade)	19,49%	22,06%

Observa-se que as informações mais frequentes sobre áreas geográficas são aquelas sobre receitas provenientes de clientes do mercado interno e do mercado externo. Menos de 10% das empresas apresentam os valores de ativo não circulante segregados entre localizados no país sede ou nos países estrangeiros em que a entidade mantém ativos. Poucas empresas (3,33% em 2010 e 4,04% em 2011) apresentam informações por regiões dentro do Brasil.

Nota-se, em relação a informações sobre produto e serviço, que 48,9% das empresas em 2010 e 51,10% em 2011 apresentam informações sobre receitas provenientes de diferentes tipos de produtos e serviços. Considerando o fato de a maioria das empresas adotar o critério de segmentação produtos, serviços ou linhas de negócios (conforme mencionado na subseção 4.1.2), seria esperado um nível mais alto de divulgação sobre essas receitas.

Sobre o grau de dependência em relação aos principais clientes, pouco mais de 22% das empresas apresentou essa informação, em 2011, enquanto que, em 2010, 19,49% a tinham apresentado, conforme relatado na Tabela 05. Observou-se, adicionalmente, que 6,62% das empresas declararam possuir pelo menos um cliente externo que representou 10% ou mais das receitas totais da entidade no ano de 2010, enquanto que esse percentual aumentou para 8,09% em 2011. As demais empresas afirmaram não possuir clientes que representassem mais de 10% das receitas totais. Identificou-se, ainda, que algumas empresas mencionaram os nomes dos principais clientes, sendo que o CPC 22 não exige que essa identificação seja divulgada (pelo contrário, o Pronunciamento ressalta que não é necessária tal divulgação).

4.5 Divulgação sobre Lucro ou Prejuízo, Ativo e Passivo, Mensuração e Conciliações

A respeito de informações sobre lucro ou prejuízo, ativo e passivo (de cada segmento), foram obtidos os resultados apresentados na Tabela 06.

Tabela 06 - Divulgação de informações sobre lucro ou prejuízo, ativo e passivo

<i>Item de divulgação</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>
Informações sobre lucro ou prejuízo, ativo e passivo [de cada segmento] (categoria 5)		
Lucro ou prejuízo	47,43%	50,74%
Ativo total	35,66%	39,34%
Passivo	28,68%	31,25%
Receitas provenientes de clientes externos (ou receita total)	48,90%	51,47%
Receitas de transações com outros segmentos operacionais da mesma entidade	9,19%	11,03%
Receitas financeiras	15,07%	17,28%
Despesas financeiras	15,07%	16,91%
Resultado financeiro líquido	13,24%	15,07%
Detalhamento no caso de apresentação de resultado financeiro líquido	0,00%	0,00%
Depreciações e amortizações	24,63%	26,10%
Itens materiais de receita e despesa divulgados de acordo com o item 97 do Pronunciamento CPC 26	12,13%	16,54%
Participação da entidade nos lucros ou prejuízos de coligadas e de empreendimentos sob controle conjunto (<i>joint ventures</i>) contabilizados pelo método da equivalência patrimonial	24,26%	28,31%
Despesa ou receita com imposto de renda e contribuição social	27,50%	33,33%
Itens não-caixa considerados materiais, exceto depreciações e amortizações	0,00%	0,00%
Montante do investimento em coligadas e empreendimentos conjuntos (<i>joint ventures</i>) contabilizado pelo método da equivalência patrimonial	3,31%	2,57%
Montante de acréscimos ao ativo não circulante, exceto instrumentos financeiros, imposto de renda e contribuição social diferidos ativos, ativos de benefícios pós-emprego (ver CPC 33, itens de 54 a 58) e direitos provenientes de contratos de seguro	14,71%	15,81%

Assim, a maioria das empresas divulgou o lucro ou prejuízo por segmento, bem como as receitas por segmento, para o ano de 2011. Ainda em relação às informações sobre lucro ou prejuízo, ativo e passivo (de cada segmento), destaca-se que as empresas que apresentaram o resultado financeiro líquido deveriam apresentar detalhamento sobre essa apresentação (conforme o CPC 22), mas nenhuma delas efetuou a divulgação desse detalhamento. Além disso, nenhuma das empresas divulgou itens não-caixa considerados materiais por segmentos (exceto depreciações e amortizações), em nenhum dos anos.

Na Tabela 07, são apresentados os resultados referentes às divulgações sobre mensuração e conciliações das informações sobre segmentos.

Tabela 07 - Divulgação de informações sobre mensuração e conciliação

<i>Item de divulgação</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>
Mensuração (categoria 6)		
A base de contabilização para quaisquer transações entre os segmentos divulgáveis	5,51%	6,62%
A natureza de quaisquer diferenças entre as mensurações do lucro ou do prejuízo dos segmentos divulgáveis e o lucro ou o prejuízo da entidade antes das despesas (receitas) de imposto de renda e contribuição social e das operações descontinuadas	1,47%	1,47%
A natureza de quaisquer diferenças entre as mensurações dos ativos dos segmentos divulgáveis e dos ativos da entidade (se não decorrer das conciliações descritas)	1,47%	1,47%
A natureza de quaisquer diferenças entre as mensurações dos passivos dos segmentos divulgáveis e dos passivos da entidade (se não decorrer das conciliações descritas)	1,47%	1,47%
A natureza de quaisquer alterações em períodos anteriores, nos métodos de mensuração utilizados para determinar o lucro ou o prejuízo do segmento divulgado e o eventual efeito dessas alterações na avaliação do lucro ou do prejuízo do segmento	0,37%	0,37%
A natureza e o efeito de quaisquer alocações assimétricas a segmentos divulgáveis	0,74%	0,74%
Conciliação (categoria 7)		
O total das receitas dos segmentos divulgáveis com as receitas da entidade	47,79%	51,84%
O total dos valores de lucro ou prejuízo dos segmentos divulgáveis com o lucro ou o prejuízo da entidade antes das despesas (receitas) de imposto de renda e contribuição social e das operações descontinuadas (ou a conciliação do total dos valores de lucro ou prejuízo dos segmentos com o lucro ou o prejuízo da entidade depois desses itens)	46,32%	50,37%
O total dos ativos dos segmentos divulgáveis com os ativos da entidade	34,93%	38,24%
O total dos passivos dos segmentos divulgáveis com os passivos da entidade, se os passivos dos segmentos forem divulgados	28,31%	30,88%
O total dos montantes de quaisquer outros itens materiais das informações evidenciadas dos segmentos divulgáveis com os correspondentes montantes da entidade	24,26%	27,57%
Identificação e descrição de todos os itens de conciliação materiais, separadamente	1,10%	1,84%
Reapresentação de informação anteriormente divulgada	3,68%	7,35%

A divulgação de informações sobre mensuração foi efetuada por poucas empresas, e pode-se observar que, para todos os itens dessa subcategoria, menos de 10% das empresas efetuaram a divulgação, nos dois anos. Sobre a conciliação, destaca-se que em 2011 a maioria das empresas apresentou a conciliação entre receitas dos segmentos e receitas totais da entidade, bem como entre os valores do lucro ou prejuízo. Entretanto, vale ressaltar que nenhuma das empresas apresentou a identificação e descrição de todos os itens de conciliação materiais, separadamente. Em geral, as empresas que fazem essa conciliação não deixam claras as origens das diferenças entre o somatório dos segmentos e os valores consolidados.

No caso de alterações na composição dos segmentos divulgáveis, a empresa deve fazer a reapresentação de informações do período anterior, salvo se as informações não estiverem disponíveis e o custo da sua elaboração for excessivo. Em relação a mudanças na segmentação, 4,78% do total de empresas informaram ter havido alteração nos segmentos em 2010, enquanto que em 2011 esse número se elevou para 11,03%.

4.6 Níveis de Divulgação de Informações sobre Segmentos

Apresentam-se, a seguir, os resultados obtidos em relação à variável Nível de Divulgação de Informações sobre Segmentos (NDIS), que representa o nível de divulgação de informações por segmentos operacionais. Na Tabela 08 constam as estatísticas descritivas das NDIS obtidas para as empresas, em cada um dos anos e de forma geral.

Tabela 08 - Estatística Descritiva dos Níveis de Divulgação de Informações sobre Segmentos (NDIS)

<i>Descrição</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>Geral (ambos os anos)</i>
Média	8,76	9,64	9,20
Erro padrão	0,50	0,51	0,36
Mediana	7,00	9,00	7,00
Desvio padrão	8,31	8,43	8,37
Mínimo	0,00	0,00	0,00
Máximo	27,00	28,00	28,00
Nº de observações	272	272	544

Assim, pode-se observar que, em 2010, a média dos NDIS foi de 8,76, valor distante do total de 40 itens possíveis de serem divulgados (conforme o CPC 22). Em 2011 a média foi de 9,64, ainda um valor relativamente baixo, embora tenha ocorrido acréscimo. A mediana foi 7 em 2010 e 9 em 2011, também valores que representam um NDIS baixo. Houve empresas que sequer mencionaram a existência de informações por segmentos (em ambos os anos), o que faz com que o valor mínimo seja 0. Já a empresa que apresentou maior divulgação teve NDIS igual a 27 em 2010, e a que apresentou maior divulgação em 2011 teve NDIS de 28.

Considerando ambos os anos simultaneamente, a média foi 9,20 e a NDIS mediana foi 7. Ainda se pode notar que, em termos absolutos, houve um aumento nos níveis de divulgação entre os anos de 2010 e 2011 (tal fato pode ser percebido observando-se os aumentos na média e na mediana).

Para que possa ser efetuada uma comparação geral entre a divulgação dos 20 setores distintos, são apresentadas na Tabela 09 as médias dos NDIS's por empresa, de cada setor econômico (calculadas a partir da soma dos NDIS's considerando todas as empresas em cada setor, divididas pelo número total de empresas no setor em questão).

Percebe-se que o setor que apresentou maior média do NDIS por empresa, em 2010, foi o Papel e celulose, seguido pelo Veículos e pelo Telecomunicações, tendo esses superado o NDIS igual a 12. Já em 2011, o setor de Química teve um aumento e passou a ter a maior média de divulgação.

Tabela 09- Média dos Níveis de Divulgação de Informações por Segmentos por setor

<i>Setor</i>	<i>Média NDIS em 2010</i>	<i>Média NDIS em 2011</i>
Agro e Pesca	6,80	7,00
Alimentos e bebidas	11,20	11,60
Comércio	10,94	10,38
Construção	6,74	7,30
Eletroeletrônicos	6,17	6,17
Energia elétrica	7,19	8,25
Finanças e seguros	4,21	5,67
Fundos	0,00	0,00
Máquinas industriais	10,40	10,60
Mineração	8,50	8,50
Minerais não metálicos	10,00	11,75
Papel e celulose	13,60	13,20
Petróleo e gás	11,29	11,86
Química	11,10	16,40
Siderurgia e metalurgia	8,48	10,43
Software e dados	1,75	2,75
Telecomunicações	12,89	12,78
Têxtil	7,70	8,48
Transportes	11,07	11,40
Veículos	13,44	13,72

Dentre outros pontos, a análise da Tabela 09 permite notar, ainda, que 9 setores apresentaram, em ambos os anos, média de divulgação inferior a 10, e a divulgação dos demais não chegou a atingir 20 itens, ou seja, nenhum dos setores teve média de divulgação acima de 50% do total possível.

4.7 Análise Geral da Divulgação sobre Segmentos

A análise da divulgação sobre segmentos das empresas brasileiras revela que não há uniformidade nas práticas de divulgação apresentadas (conforme detalhadas nas subseções anteriores), o que era esperado dada a abordagem do CPC 22 (CPC, 2009) e as especificidades de cada organização. A comparabilidade entre as empresas é baixa considerando-se essas diferentes práticas e a discricionariedade existente, como discutido por Kieso, Weygandt e Warfield (2000) e Delaney *et al.* (2000).

Algumas empresas não apresentaram nenhum tipo de informação sobre segmentos. Tais empresas podem não utilizar nenhum tipo de segmentação no processo de gerenciamento de seus negócios, ou ainda temer a exposição da sua organização econômico-financeira, conforme apresentado por Balakrishnan, Harris e Sean (1990) e Pardal (2007).

Já as empresas que divulgaram afirmaram adotar a segmentação de acordo com a organização interna, refletindo o *Management Approach*. Estas empresas apresentaram dados que podem contribuir para que os usuários das informações contábeis e financeiras façam avaliações mais precisas, favorecendo as análises econômicas, como destacado por Wilson *et al.* (2001). Entretanto, o nível de divulgação foi baixo, se comparado ao total de itens abrangidos pelo CPC 22, e as informações disponibilizadas apresentaram pouco detalhamento. Esse resultado aproxima-se ao de Pardal (2007), para empresas portuguesas, e ao de Paul e Largay III (2005), para empresas americanas, que identificam deficiências nos relatórios por segmentos e informações incompletas por parte de muitas empresas. Menos de 30% das empresas brasileiras analisadas apresentaram informações referentes a mais de 3 segmentos operacionais, o que revela ainda pouca desagregação da informação segmentada.

Assim, apesar do avanço na divulgação sobre segmentos e da potencial relevância das informações relatadas, a quantidade de informação apresentadas e os níveis de detalhamento foram baixos para a maioria das empresas, em relação ao potencial de divulgação explorado pelo Pronunciamento CPC 22.

5 Considerações Finais

São investigadas, neste estudo, as práticas de divulgação de informações sobre segmentos de 272 empresas brasileiras pertencentes a 20 setores, englobando-se o período correspondente aos anos de 2010 e 2011. Nota-se que mais de 20% destas empresas sequer mencionaram diretamente, nas suas notas explicativas, a existência de segmentos operacionais. Esse resultado surpreende, uma vez que todas as empresas analisadas estão sob o alcance do Pronunciamento CPC 22.

Para aquelas que efetuaram a divulgação, os principais aspectos englobados referem-se aos produtos fornecidos, à localização geográfica do mercado consumidor e ao grau de dependência em relação aos principais clientes. Observou-se que não há uniformidade nos números de segmentos divulgados, sendo que, em 2010, 29,41% das empresas declararam possuir um único segmento reportável (24,56% em 2011) e 11,76% reportaram informações sobre 5 ou mais segmentos em 2010 (11,03% em 2011). O item mais divulgado consiste no critério de identificação dos segmentos, e a grande maioria das empresas utiliza o critério de segmentação por produtos, serviços ou linhas de negócios.

Constata-se que o nível de divulgação das empresas analisadas não explorou todos os pontos mencionados pelo CPC 22. Por exemplo, não foram apresentadas, pela maioria das

empresas, as explicações das mensurações do lucro ou prejuízo, dos ativos e dos passivos do segmento, itens exigidos pelo Pronunciamento. Alguns outros pontos importantes não foram apresentados por grande parcela das empresas, como, por exemplo, os valores dos ativos por segmentos. Mesmo os setores com maiores níveis de divulgação não atingiram nem 20 do total de 40 itens de divulgação. Desta forma, os resultados evidenciam que não houve total atendimento aos requerimentos do CPC 22, e que ainda é relativamente baixo o nível de evidenciação de informações por segmentos no Brasil, sendo as práticas de divulgação pouco detalhadas e superficiais em diversos pontos.

É válido destacar algumas limitações inerentes ao estudo. O indicador utilizado para mensurar o nível de divulgação é elaborado com base no CPC 22. Assim, outros pontos que as empresas possam ter classificado como informações por segmentos não foram incorporados na análise. São consideradas apenas as informações explicitamente classificadas como informações sobre segmentos, nas notas explicativas referentes às demonstrações contábeis dos anos em análise. Além disso, a análise do conteúdo das informações para posterior construção do indicador dos níveis de divulgação (NDIS) envolve o julgamento, o que pode dar margem a vieses interpretativos. Ressalta-se, ainda, que o processo de amostragem utilizado foi não probabilístico. Assim, os resultados e interpretações ficam restritos às empresas analisadas, ao período de tempo englobado e à metodologia empregada.

Novos estudos serão demandados quando o histórico desse tipo de divulgação no Brasil aumentar. Em estudos posteriores, será possível verificar como as estratégias de divulgação sobre segmentos mudam ao longo dos anos, podendo elucidar ainda mais sobre o tema. Recomenda-se também, para estudos futuros, uma investigação sobre os fatores que podem gerar as diferenças nas divulgações por segmentos operacionais das empresas, bem como a análise da relevância desse tipo de informação para os usuários.

Por fim, espera-se que as evidências encontradas contribuam para aumentar o conhecimento sobre a divulgação das informações por segmentos operacionais nos relatórios contábeis a partir da aplicação do CPC 22.

Referências

- AILLÓN, H. S.; SILVA, J. O. da; PINZAN, A. F.; WUERGES, A. F. E. Análise das informações por segmento. In: Congresso USP de Controladoria e Contabilidade São Paulo, 12, 2012. **Anais...** São Paulo: USP, 2012.
- ANDRADE, M. M. de. **Introdução à Metodologia do Trabalho Científico**. 9. ed. São Paulo: Atlas, 2009.
- ANTUNES, J.; ANTUNES, G. M. B.; PENTEADO, I. M. A convergência contábil brasileira e a adoção das normas internacionais de contabilidade. In: SEMINÁRIOS EM ADMINISTRAÇÃO FEA-USP, 10, 2007, São Paulo. **Anais...** São Paulo: USP, 2007.
- ARNOLD, J.; HOLDER, W.; MANN, M. International Reporting Aspects of Segment Disclosures. **International Journal Of Accounting**, v. 2, p. 125-135, 1980.
- BALAKRISHNAN, R.; HARRIS, T.; SEAN, P. K. The predictive ability of geographical segment disclosures. **Journal of Accounting Research**, n. 28, p. 305-32, 1990.
- BAVISHI, V.; H. WYMAN. Foreign Operations Disclosure by US-Based Multinational Corporations. **International Journal of Accounting**, v.1, p. 153-168, 1980.

BERGER, P. G.; HANN, R. The impact of SFAS no. 131 on information and monitoring. **Journal of Accounting Research**, v. 41, p. 163-22, 2003.

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.

CPC - COMITÊ DE PRONUNCIAMENTOS CONTÁBEIS. **Pronunciamento técnico CPC 22 - Informações por segmento**. Brasília: CPC, 2009.

CRUZ, A. P. C. da.; MACHADO, E. A.; PEREIRA, A. F.; CARVALHO, L. N. Empresas brasileiras do novo mercado e suas práticas de evidenciação voluntária de informações por segmento. In: Congresso ANPCONT, 5, 2011, Vitória. **Anais...** ANPCONT, 2011.

DELANEY, P. R.; EPSTEIN, B. J.; ADLER, J. R.; FORAN, M. F. **Wiley GAAP 99**. New York: John Wiley & Sons Inc., 2000.

FASB - FINANCIAL ACCOUNTING STANDARDS BOARD. **SFAS 131**: Disclosures about segments of an enterprise and related information. 1997. Disponível em: <<http://www.fasb.org/cs/BlobServer?blobcol=urldata&blobtable=MungoBlobs&blobkey=id&blobwhere=1175820922850&blobheader=application%2Fpdf>>. Acesso em 22 abr. 2013.

FASB - FINANCIAL ACCOUNTING STANDARDS BOARD. **SFAS 14**: Financial reporting for segments of a business enterprise. 1976. Disponível em: <<http://www.fasb.org/summary/stsum14.shtml>>. Acesso em 22 abr. 2013.

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

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.

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

IASB - INTERNATIONAL ACCOUNTING STANDARDS BOARD. **IFRS 8**: Operating segments. 2007. Disponível em: <<http://www.ifrs.org/IFRSs/Pages/IFRS.aspx>>. Acesso em 22 abr. 2013

IASB - INTERNATIONAL ACCOUNTING STANDARDS COMMITTEE. **IAS 14**: Reporting Financial Information by Segment. 1981. Disponível em: <<http://www.iasplus.com/en/standards/ias14>>. Acesso em 22 abr. 2013.

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

KNUTSON, P. H. **Financial reporting in the 1990s and beyond**. Charlottesville: Association for Investment Management and Research (AIMR), 1993.

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

PARDAL, P. N. C. P. B. **Relato Financeiro por Segmentos em Portugal**. 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.

REIS, J. F. P. dos; GODINHO, M. T. C.; ROQUE, O. M. B. **Contribuições para o estudo da IAS14**. 1999. Disponível em: <<http://www.estig.ipbeja.pt/~ombr/biblioteca/ias14.pdf>>. Acesso em 20 jan. 2013.

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

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.

TROBERG, P.; KINNUNEN, J.; SEPPÄNEN, H. J. What drives cross-segment diversity in returns and risks? **The International Journal of Accounting**, n. 45, p. 44-76, 2010.

VASCONCELOS, M. de G.; SZUSTER, N. Informações contábeis por segmentos de negócios. **Revista de Contabilidade do Mestrado em Ciências Contábeis da UERJ**, v. 8, n. 2, p. 71-88, 2003.

WILSON, A.; DAVIES, M.; CURTIS, M.; WILKINSON-RIDDLE, G. **UK & International GAAP**. 7. ed. London: Butterwoths Tolley Editors, 2001.