

Informações por Segmento: uma Análise do Nível de Evidenciação das Companhias Abertas Listadas no Índice Ibovespa

Maria Eduarda Gomes Santana
Universidade Federal de Uberlândia - UFU
mariaeduardacontabeis@hotmail.com

Patrícia de Souza Costa
Universidade Federal de Uberlândia - UFU
patriciacosta_1@yahoo.com.br

Resumo

A divulgação de informações por segmento tornou-se obrigatória a partir do exercício de 2010 por intermédio do pronunciamento técnico CPC 22. E este tem como finalidade, que as entidades divulguem 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. Um dos fatores que torna a evidenciação de informações por segmento relevante é que os usuários passam a ter acesso a informações gerenciais para auxiliar na tomada de decisão. O objetivo da pesquisa foi analisar o nível de evidenciação das informações por segmento nas companhias abertas brasileiras que integram o índice Ibovespa. Para se alcançar o objetivo foram analisadas as demonstrações contábeis das empresas durante os anos de 2010 a 2013, observando os itens exigidos pelo CPC 22. Trata-se de uma pesquisa exploratória, com abordagem qualitativa. Os resultados da pesquisa apontam que 80% das entidades divulgam informações por segmento e a maioria define seus segmentos, por linha de negócio. O nível de evidenciação foi crescente ao longo dos períodos analisados (média de 38% em 2010 e de 42% em 2013), totalizando um índice de evidenciação médio no horizonte temporal de estudo de 38%. Constatou-se que o setor que mais evidenciou, foi o de Energia Elétrica com média de 57%, enquanto que o setor que menos evidenciou foi o denominado “Outros” com 25%.

Palavras-chave: Informações por Segmento, CPC 22, Evidenciação, Linha de Negócios.

1 Introdução

A evidenciação de informações por segmento é um tema que tem sido discutido na literatura nacional e internacional (por exemplo, VASCONCELOS; SZUSTER, 2003; NICHOLS; STREET, 2007; NICHOL; STREET; CEREOLA, 2012; WESCHENFELDER; MAZZIONI, 2014). Vasconcelos e Szuster (2003, p. 72) citam que a informação por segmento "assume crescente importância na análise econômico-financeira das empresas nacionais e internacionais aprimorando sua evidenciação, e do ponto de vista gerencial é de grande ajuda na tomada de decisão".

O Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC) instituiu no Brasil o Pronunciamento Técnico CPC 22 – Informações por Segmento, em vigor a partir do exercício de 2010, com base na norma internacional *International Financial Reporting Standards* - IFRS 8 (CPC 22, 2009). O princípio básico deste pronunciamento, exposto no item 1, é que as entidades devem 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.

O CPC 22 (2009) parte do pressuposto que as informações por segmento serão apresentadas em conformidade com os relatórios utilizados pela alta administração na tomada de decisão. Por isso, o pronunciamento não define padrões de divulgação e dados obrigatórios a serem evidenciados. Para Schvirck, Lunkes e Gasparetto (2013), a divulgação das informações por segmento devem ser norteadas considerando que cada companhia possui uma estrutura interna específica.

Segundo Boscov (2009), um dos benefícios da divulgação de informações por segmento (informações gerenciais) conciliadas às demonstrações financeiras é a redução da assimetria informacional, evitando que uma parte tenha acesso a mais informações que a outra parte. Outro benefício citado neste estudo é que os relatórios por segmento permitem que os usuários façam uma melhor análise sobre a situação da empresa e aumenta a capacidade de realizar projeções sobre a geração de fluxos de caixa futuros.

No entanto, existem alguns pontos a serem discutidos, dentre eles, a flexibilidade da norma na definição dos segmentos. Para Mourad (2009), esta flexibilidade pode ser uma das ferramentas utilizadas pela administração para demonstrar uma melhor *performance*, ou seja, divulgam poucos segmentos operacionais com o intuito de apresentar melhores resultados.

Nichols, Street e Cereola (2012) identificaram um declínio no nível de evidenciação de itens (por exemplo, passivo e equivalência patrimonial) nas informações por segmento das empresas europeias quando da adoção da IFRS 8. Além disso, esses autores identificaram que a maioria das empresas europeias evidencia as informações por segmento de negócio, em detrimento de região geográfica, e não elaboram a reconciliação das informações por segmento com as demonstrações contábeis consolidadas conforme preconiza a IFRS 8.

No Brasil, Vasconcelos e Szuster (2003) realizaram uma pesquisa antes da vigência do CPC 22 e concluíram que as empresas que compunham a amostra em 2002 (314 companhias abertas brasileiras) divulgavam informações por segmento de forma superficial. Diante da aprovação do CPC 22 em 2009, com vigência em 2010, o objetivo deste estudo é analisar o nível de evidenciação das informações por segmento nas companhias abertas brasileiras que integram o Índice Bovespa (Ibovespa). Foi realizada uma análise detalhada da qualidade da divulgação das informações por segmento, e além dos itens descritos no CPC 22, também foram analisados outros itens mencionados em estudos nacionais e internacionais.

Os resultados desta pesquisa podem ser divergentes daqueles do estudo de Nichols, Street e Cereola (2012), uma vez que o Brasil possui sistema legal *code law*. Vasconcelos e Szuster (2003, p. 86) afirmam que “as normas internacionais apresentam determinações mais precisas do que as normas nacionais”, o que pode ser explicado pela classificação do tipo de sistema legal do país, por exemplo, o Brasil é classificado como *code law*, que é caracterizada por uma orientação legalista e a informação é destinada para o fisco e demais credores. A norma internacional, IFRS

8, é aplicado em países *common law*, onde a informação é destinada aos acionistas e não se faz necessário detalhar as regras a serem aplicadas (CARMO; RIBEIRO; CARVALHO, 2011; NIYAMA; COSTA; AQUINO, 2005). Dessa forma, o nível de evidenciação de informações por segmento pode ser divergente nesses países, principalmente, por essas informações serem consideradas estratégicas pela gestão.

Os resultados adquiridos na pesquisa podem ser úteis para averiguar se a norma, CPC 22 está sendo adotada adequadamente pelas empresas brasileiras, atingindo seu objetivo de aumentar a divulgação de informações por segmento.

2 Revisão de Literatura

2.1 Informações por Segmento

Para Garrison e Noreen (2001) as operações de uma empresapodem ser segmentadas de muitas maneiras, podendo ser centros de serviços, linhas de produtos, território de vendas, departamentos de *marketing*, dentre outros. O CPC 22, ao transcrever o IFRS 8, não impõe formas para identificar os segmentos de determinada companhia. Porém, os segmentos operacionais devem estar em consonância com os relatórios utilizados pela alta administração nas tomadas de decisões internas.

Conforme exposto no CPC 22, item 5, o segmento operacional é um componente da entidade que desenvolve atividades de negócio, podendo obter receitas ou incorrer despesas, e o gestor responsável pelas operações da entidade utilizará de seus resultados operacionais para alocar recursos e para avaliação de desempenho, além disto o segmento operacional deverá ter informação financeira individualizada.

De acordo com Schvirck, Lunkes e Gasparetto (2013, p. 134), “a aplicação do CPC 22, baseado no IFRS 8, busca mostrar ao mercado como as empresas atuam em cada um dos segmentos, proporcionando aos *stakeholders* conhecerem os riscos e as possibilidades inerentes a cada ramo de atuação”. Com informações com um maior grau de detalhamento, os usuários teriam o entendimento do negócio como um todo.

Para Iudícibus et al (2013), o princípio básico é que as informações apresentadas por segmentos nas demonstrações contábeis possibilitem aos usuários a avaliação correta da natureza das atividades do negócio e seus respectivos efeitos financeiros, conhecendo de fato o ambiente econômico em que a empresa está inserida. Esses autores defendem que a separação por segmento é importante para que seja possível compreender o histórico e as tendências da companhia, entender o contexto regional de um produto ou serviço, avaliar a influência de aspectos políticos, mensurar a contribuição de um cliente relevante para as receitas da empresa, entre outros.

O *International Accounting Standards Board* (IASB) publicou a IFRS 8 em 30 de novembro de 2006, que substituiu o *International Accounting Standards* 14 (IAS 14R – *Segment Reporting*). A primeira versão do IAS 14 foi emitido pelo *International Accounting Standards Committee Foundation* (IASC) em 1981. Porém, segundo Nichols e Street (2007), esta norma foi bastante criticada por suas definições amplas que permitiam interpretações alternativas, dentre elas, as orientações para identificar segmentos de negócios.

Comparando o IFRS 8 com a norma a qual ele substituiu, a IAS 14, é possível destacar diferenças importantes em relação à divulgação de um segmento. Por exemplo, enquanto o IAS 14 exigia a identificação de dois conjuntos de segmentos (empresariais e geográficas), a IFRS 8 requer identificação dos segmentos com base em relatórios internos.

Na legislação brasileira, a partir do exercício de 2010, as empresas que negociavam valores mobiliários no mercado financeiro passaram a ter que divulgar, juntamente com as demonstrações contábeis já existentes, as informações por segmento de acordo com o CPC 22- Informações por Segmento (CPC, 2009), pronunciamento baseado na IFRS 8. Como exposto por Torres (2011), com essa prática, os acionistas e analistas têm acesso a informações que até então a maioria das empresas não divulgavam: o lucro obtido em cada segmento operacional.

O CPC 22 pré-estabelece alguns princípios de como identificar e divulgar segmentos de negócios, porém não são imposições rígidas. Para Souza e Almeida (2013) este fato permite elevado grau de subjetividade na aplicação do pronunciamento e a evidência destas informações devem se basear na visão *through the eyes of management* (através dos olhos da administração), também conhecida como *management approach* (ênfase gerencial). Os itens pré-estabelecidas pelo CPC 22 estão descritos no *check-list* apresentado no Quadro 1.

Além dos itens do CPC 22, foram acrescentadas ao *check-list* do Quadro 1 variáveis dos estudos de Nichols e Street (2007), Weschenfelder e Mazzioni (2014) e Kajuter e Nienhaus (2015) por abrangerem outros itens que não estão descritos no CPC 22 e na IFRS 8. Nestes estudos foram agregados itens que estão presentes em outras normas, como por exemplo, divulgar informação comparativa (CPC 26 – Apresentação das Demonstrações Contábeis).

As informações divulgadas nos relatórios por segmento devem também ser pertinentes, relevantes e compreensíveis para os usuários tomarem decisões. Mourad (p. 63, 2009) afirma que "ao tomar decisões, os usuários devem não apenas entender as informações apresentadas, mas também ser capazes de avaliar sua confiabilidade e compará-las com informações sobre oportunidades e experiência anterior".

Quadro 1 - Evidenciação de Informações por Segmento

Descrição	Fonte
1. Se a divulgação das informações por segmento foi por área geográfica ou por unidade de negócio.	CPC 22. Item 1.
2. Critérios para agregação dos segmentos.	CPC 22. Item 12.
3. Fatores utilizados para identificar os segmentos.	CPC 22. Item 22, a.
4. Tipos de produtos e serviços a partir dos quais cada segmento divulgável obtém suas receitas.	CPC 22. Item 22, b.
5. Lucro ou prejuízo.	CPC 22. Item 23.
6. Ativo.	CPC 22. Item 23.
7. Passivo.	CPC 22. Item 23.
8. Receitas provenientes de clientes externos.	CPC 22. Item 23, a.
9. Receitas de transações com outros segmentos operacionais da mesma entidade.	CPC 22. Item 23, b.
10. Receitas financeiras.	CPC 22. Item 23, c.
11. Despesas financeiras.	CPC 22. Item 23, d.
12. Depreciações e amortizações.	CPC 22. Item 23, e.
13. Itens materiais de receitas e despesas.	CPC 22. Item 23, f.
14. Participação da entidade nos lucros ou prejuízos de coligadas e de <i>joint ventures</i> contabilizados de acordo com o método de equivalência patrimonial.	CPC 22. Item 23, g.
15. Imposto de renda e Contribuição Social.	CPC 22. Item 23, h.
16. Itens não-caixa considerados materiais, exceto depreciações e amortizações.	CPC 22. Item 23, i.
17. Montante de investimentos em coligadas e <i>joint ventures</i> contabilizado pelo método de equivalência patrimonial.	CPC 22. Item 24, a.
18. Montante de acréscimos ao ativo não-circulante.	CPC 22. Item 24, b.
19. Explicação das mensurações do lucro ou prejuízo, dos ativos e dos passivos do segmento para cada segmento divulgável.	CPC 22. Item 27, a, b, c, d, e, f.
20. Conciliação do lucro ou prejuízo.	CPC 22. Item 28.
21. Conciliação do ativo.	CPC 22. Item 28.
22. Conciliação do passivo.	CPC 22. Item 28.
23. Conciliação da receita.	CPC 22. Item 28.
24. Informações sobre o grau de dependência de seus principais clientes. Caso um único cliente externo represente 10% ou mais das receitas totais da entidade a entidade deverá divulgar o montante total das receitas e a identidade do segmento.	CPC 22. Item 34.
25. Justificativa por não ter evidenciado segmentos.	Weschenfelder e Mazzioni (2014)
26. Se é comparado ao ano anterior.	Weschenfelder e Mazzioni (2014)
27. Patrimônio líquido.	Kajuter e Nienhaus (2015)
28. Conciliação do patrimônio líquido.	Adaptado do CPC 22. Item 28.
29. Se as informações por segmento correspondem ao setor de atuação indicado na BM&FBovespa.	Nichols e Street (2007)

Fonte: Elaborado pela autora

2.2 Fatores que Afetam a Evidenciação de Informações por Segmento

A evidenciação da informação contábil, de acordo com Iudícibus et al (2013), está ligada aos objetivos da contabilidade, ao garantir informações diferenciadas para os vários tipos de

usuários. Malacrida e Yamamoto (p. 67, 2006) consideram como objetivo central da contabilidade:

o fornecimento de informações úteis aos usuários, no intuito de que possam tomar decisões adequadas, pois é através do processo de evidenciação que a contabilidade busca atender a seus usuários, à medida que os fatos econômicos relevantes são divulgados de forma adequada, justa e plena, seguindo procedimentos contábeis uniformes e consistentes e em uma linguagem simples e que lhes seja acessível.

Paulo (2007, p. 38) explica que o conceito de qualidade da informação contábil é complexo e depende do objetivo do usuário e que, em muitos dos casos, "os problemas da qualidade da informação contábil estão relacionados ao excessivo montante de itens não recorrentes publicados ou falta de transparência". Cita também que as escolhas das informações publicáveis são realizadas, especialmente, de forma a atender exigências legais e conduzidas por um amplo conjunto de fatores que afetam os resultados.

Embasado na Teoria da Agência, que segundo Hendriksen e Breda (1999) acontece quando o bem-estar de uma parte (denominada principal) depende das decisões tomadas por outra (denominada agente), é possível verificar que o desejo em obter vantagem no mercado influencia os gestores a não evidenciar tudo o que ocorre nas empresas. Os gestores podem se utilizar da contabilidade para se comunicarem com os usuários de maneira seletiva, evidenciando apenas aspectos mais favoráveis à empresa. Ou seja, os gestores não fornecem todas as informações ao seu dispor, mas selecionam o que é mais relevante ao seu próprio interesse.

A partir do exercício de 2010, as empresas que negociam valores mobiliários no mercado financeiro passaram a adotar ao pronunciamento técnico CPC 22, com isto, as empresas devem divulgar relatórios condizentes aos utilizados pelos gestores na tomada de decisão. Iudícibus et al (2013) argumentam que até a aplicação do CPC 22, no Brasil houve pouco incentivo para divulgação de informações por segmento e um número bem reduzido de empresas que evidenciavam de forma voluntária, tímida e discreta, por exigência na atuação em mercados internacionais.

A evidenciação de informações por segmento, de acordo com Mourad (2009), deve ser elaborada de tal forma que possam ser comparadas com exercícios anteriores e até mesmo com empresas do mesmo setor econômico, e este foi um dos pontos de discussão em seu estudo. Mas, para ele, as normas permitem que os gestores tenham certa liberdade em definir os segmentos e para a escolha do estilo da divulgação, com isso os investidores não conseguiriam fazer comparações entre segmentos de empresas concorrentes.

As normas relacionadas a informações por segmento também foram criticadas por Weschenfelder e Mazzioni (p. 24, 2014). Esses autores acreditam que "os requisitos estabelecidos pelo CPC 22 e pela norma internacional IFRS 8 possibilitam grande flexibilidade na informação a ser divulgada". Este assunto foi discutido nos estudos de Vasconcelos e Szuster (2003), Nichols e Street (2007), Nichols, Street e Cereola (2012) e Schvirck, Lunkes e Gasparetto (2013), que destacaram a falta de padronização da definição de segmentos e heterogeneidade nos relatórios analisados, comprometendo o entendimento de usuários e possibilita a ocultação de informações para fins estratégicos.

Outro fator que afeta a evidenciação de informações contábeis é a agregação de segmentos com o intuito de extrair benefícios e proporcionar vantagem competitiva. A junção de

dois ou mais segmentos pode ser um artifício utilizado pelos gestores para evitar que os usuários tenham acesso a informações estratégicas da empresa. Nichols e Street (2007) analisaram a relação entre o desempenho do lucro de cada segmento e a escolha do gestor em divulgar separadamente o segmento, encontrou que os gestores utilizam da agregação de segmentos para proteger retornos excedentes.

Mourad (2009) constatou que 64% da amostra, composta por trinta e três profissionais que trabalham em empresas que fazem relatórios por segmento, acreditam que a maior evidenciação de informações por segmento aumentará os custos, e que este custo pode ser com divulgação ou com concorrentes. O fator concorrência também foi citado no estudo de Talha, Sallehhuddin e Mohammad (2006) como sendo um dos possíveis motivos para a pouca divulgação voluntária das informações por segmento antes da vigência do CPC 22, além do fato de o alto custo de preparação da informação exceder o bônus de divulgá-las.

3 Metodologia

A pesquisa é do tipo exploratória com abordagem qualitativa. O horizonte temporal de estudo é de 2010 a 2013, a escolha deste período deve-se pela vigência do CPC 22, que entrou em vigor a partir do exercício de 2010.

A amostra inicial é composta por 64 companhias abertas brasileiras pertencentes ao Índice Bovespa (Ibovespa) no dia 03 de Março de 2015, em função de este ser o indicador do desempenho médio das cotações dos ativos de maior negociabilidade e representatividade do mercado de ações brasileiras (IBM&FBOVESPA, 2015). Foram excluídas da amostra: as companhias do setor de finanças, seguros e fundos e a empresa Cosan S.A Indústria e Comércio por ter um ciclo operacional divergente do restante da amostra. A amostra final é composta por 56 companhias.

Entretanto, uma companhia componente da amostra não divulgou demonstrações contábeis nos anos de 2010 e 2011 por ter aberto seu capital a partir do exercício de 2013. Os relatórios contábeis de 2012 foram apresentados para fins comparativos. Portanto, no ano de 2010 e 2011 a amostra final foi de 55 companhias.

As notas explicativas e demonstrações contábeis analisadas foram coletadas no sítio da BM&FBOVESPA. As informações relacionadas aos setores econômicos foram coletadas na base de dados da Economatica.

Para dar início a análise das demonstrações contábeis foi elaborado um *check-list* contendo itens do pronunciamento CPC 22 e de outros estudos que envolveram temática semelhante a este estudo. Este procedimento foi realizado para calcular o nível de evidenciação de informações por segmento. No Quadro 1, exposto no referencial teórico, estão descritos os itens do *check-list* e a sua respectiva fonte.

Na análise das demonstrações contábeis e notas explicativas as variáveis foram classificadas em "sim", quando a empresa evidenciou o item, em "não", quando a empresa não divulgou e "não se aplica", quando o item analisado não ocorre na empresa, por exemplo, a empresa não possui um único cliente externo que represente 10% ou mais das receitas totais da entidade.

A variável EVID representa o nível de evidenciação de informações por segmento de acordo com o exposto no CPC 22 e demais itens citados no Quadro 1. Para esse cálculo foram analisadas as notas explicativas apresentadas nas demonstrações contábeis publicadas pelas companhias abertas componentes da amostra para verificar se a evidenciação de informações por segmento está de acordo com o *check-list*. Após essa verificação foi calculado o nível de evidenciação das informações, dividindo-se o total de informações divulgadas pela empresa pelo total de informações que a empresa deveria ter divulgado de acordo com o *check-list*.

No cálculo do nível de evidenciação foram excluídos o item 1 e o item 29, mencionados no Quadro 1. No item 1 foi observado se a empresa divulgou ou não informações por segmento, só posteriormente foram analisados os quesitos formulados. E, caso a empresa não tenha evidenciado as informações por segmento, foi analisado individualmente se ela apresentou uma justificativa por este fato, quesito representado pelo item 29. Portanto, foram considerados para o cálculo do nível de evidenciação 27 itens, estes foram os pontos analisados caso a empresa divulgou informações por segmento.

Para exemplo de cálculo do nível de evidenciação (Equação 1), supõe-se que a Companhia Aberta "Sol" divulgou dez itens em suas demonstrações financeiras do exercício de 2013. A empresa deixou de evidenciar quinze itens (classificados como "não") e, dois itens foram classificados como "não se aplica".

$$EVID_{Sol, 2013} = 10/(10+15) = 10/25 = 40\% \quad (\text{Eq. 1})$$

Portanto, o nível de evidenciação desta empresa em 2013 foi de 40%, conforme apresentado na Equação 1.

4 Análise dos Resultados

Na Tabela 1 estão descritos os tipos dos segmentos divulgados e a quantidade de empresas que não divulgaram informações por segmento. Na análise foi constatado que o critério mais utilizado pelas companhias é o de segmentação por produtos, serviços ou linha de negócio. Nota-se que durante os períodos analisados o percentual de empresas que aderiram a segmentação somente por linha de negócios foi crescente, e representa uma média de 45%.

Este resultado apresenta relação com o estudo de Schvirck, Lunkes e Gasparetto (2013), uma vez que esses autores, utilizando uma amostra de empresas listadas na BM&FBOVESPA e listadas na edição 2010 da Revista Exame Melhores e Maiores, também identificaram uma predominância de empresas que apresentam segmentos por linha de negócios.

No ano de 2010 e também em 2011 e 2013, onze companhias não divulgaram relatórios por segmento (20% da amostra total) e esse percentual em 2012 foi de 21%. Durante o período a média de empresas que não divulgaram informações por segmento foi de 20%, apresentando um resultado equilibrado ao longo do período.

Conforme descrito no item 25 (Quadro 1), também foi analisado se estas empresas apresentaram ou não, o motivo da não evidenciação. Nesta análise ressalta-se que em 2011 e 2013 as onze companhias apresentaram justificativas. Em 2010, quatro companhias não

apresentaram o motivo da não publicação, ou seja, 36%. No ano de 2012 este percentual foi de 8%, apenas uma empresa não justificou a ausência de relatórios por segmentos.

Tabela 1- Evidenciação das informações por segmento

Tipo das Informações por Segmento	2010		2011		2012		2013		Total	
	Qtde.	%	Qtde.	%	Qtde.	%	Qtde.	%	Qtde.	%
Somente RG	5	9	5	9	5	9	4	7	19	9
Somente SN	23	42	25	46	25	45	27	48	100	45
RG e SN	16	29	14	26	14	25	14	25	58	26
Não divulgaram IS	11	20	11	20	12	21	11	20	45	20
Total	55	100	55	100	56	100	56	100	222	100

Observações: RG = Região Geográfica; SN = Segmento de Negócio; IS = Informações por segmento;

Qtde. = Quantidade de empresas

Fonte: Elaborado pela autora

Este resultado, assemelha-se ao de Állion et al (2013) que analisaram 48 empresas que compunham o Índice IBRX-50 no ano de 2010 e encontraram que 10 empresas não publicaram Nota Explicativa de Informações por Segmento, e 40% delas não apresentaram justificativas para o fato de não terem evidenciado tais informações.

As principais justificativas apresentadas pelas companhias da amostra para a não divulgação de informações por segmento é que o tomador de decisões, ou gestor, utiliza relatórios financeiros consolidados, ou que as atividades operacionais e administrativas representam uma única linha de negócio. Desta forma, os segmentos são agregados por apresentarem características semelhantes, conforme previsto no CPC 22, item 12.

As companhias que divulgaram informações por segmento em ambos os tipos, região geográfica (RG) e segmento de negócio (SN), identificaram qual era o segmento primário. No ano de 2010, 2011 e 2012 o segmento primário destas companhias foram linha de negócios. Em 2013, uma companhia (Ambev S.A.) optou como segmento primário áreas geográficas e o restante, treze companhias, optaram por linha de negócios. Portanto, a maioria das empresas optou linha de negócios como segmento primário. Mourad (2009) também encontrou o mesmo resultado em sua pesquisa e concluiu que esse comportamento isomórfico das companhias pode representar um benefício para o usuário, uma vez que é mais fácil comparar empresas quando elas usam o mesmo segmento primário.

Para os segmentos secundários foi analisado que tipo de informações foram divulgadas: se apresentaram as mesmas informações do segmento primário, se apresentaram somente as receitas obtidas com clientes externos ou se apresentaram as receitas e ativos (TABELA 2).

Observa-se na Tabela 2, que o tipo de informação mais evidenciada referente ao segmento secundário são as receitas provenientes de clientes externos, este percentual foi crescente ao longo dos anos, representando 50% em 2010 e 64% em 2013. O tipo de informação menos evidenciada no segmento secundário são as mesmas que foram utilizadas no segmento primário, por exemplo, em 2010, 19% das empresas divulgaram em seus segmentos secundários as mesmas informações divulgadas no segmento primário, porém este percentual foi decrescente nos próximos períodos, representando 14%.

Tabela 2-Evidenciação do segmento secundário

Tipo de Informações do Segmento Secundário	2010		2011		2012		2013	
	Qtde.	%	Qtde.	%	Qtde.	%	Qtde.	%
As mesmas informações do setor primário	3	19	2	14	2	14	2	14
Somente receitas provenientes de clientes externos	8	50	8	57	8	57	9	64
Receitas provenientes de clientes externos e ativos	5	31	4	29	4	29	3	22
Total	16	100	14	100	14	100	14	100

Observações: Qtde. = Quantidade de empresas

Fonte: Elaborado pela autora

No período analisado, 2010 a 2013, as empresas divulgaram entre dois e vinte e um segmentos, como pode ser observado na Tabela 3. Somente a Braskem S.A. apresentou vinte e um segmentos por região geográfica, identificando as receitas líquidas de vendas dentre os países em que atua, e também a PDG Realty S.A. que identificou dezenove segmentos geográficos. O CPC 22 não impõe um limite preciso para o número de segmentos divulgáveis, porém, se for identificado uma quantidade superior a dez, a entidade deverá ponderar se o limite prático já tenha sido atingido (CPC 22, item 19).

Também é possível identificar na Tabela 3 o total de empresas que divulgaram segmentos por região geográfica e por linha de negócio durante determinado ano. Por exemplo, no ano de 2013, dezoito empresas divulgaram informações geográficas segmentadas (Tabela 3), deste montante, conforme Tabela 1, 7% apresentaram segmentos somente por região geográfica e 25% apresentaram por região geográfica e por linha de negócio.

Tabela 3-Quantidade de segmentos divulgados

Quantidade de segmentos	2010		2011		2012		2013		TOTAL	
	RG	SN	RG	SN	RG	SN	RG	SN	RG	SN
2 segmentos	8	11	7	11	8	10	6	13	29	45
3 segmentos	—	7	1	8	1	8	2	7	4	30
4 segmentos	6	12	5	11	4	14	4	13	19	50
5 segmentos	—	7	—	8	—	5	—	6	0	26
6 segmentos	4	2	3	1	3	2	2	2	12	7
8 segmentos	1	—	2	—	2	—	2	—	7	0
9 segmentos	—	—	—	—	—	—	1	—	1	0
19 segmentos	1	—	—	—	—	—	—	—	1	0
21 segmentos	1	—	1	—	1	—	1	—	4	0
TOTAL	21	39	19	39	19	39	18	41	77	158

Observações: RG = Região Geográfica; SN: Segmento de Negócio

Fonte: Elaborado pela autora

Na amostra estudada, 19 empresas divulgaram informações por segmento por região geográfica e estas companhias estão classificadas no grupo de dois segmentos. Enquanto que 50 das empresas que divulgaram informações por segmento por linha de negócios apresentaram em seus demonstrativos quatro segmentos. Schvirck, Lunkes e Gasparetto (2013) apresentaram resultados correlacionados a este, no sentido da predominância de empresas que divulgaram entre dois e quatro segmentos.

Ao divulgar poucos segmentos reportáveis as empresas podem estar omitindo informações para não beneficiar possíveis concorrentes. Para Nichols e Street (2007), os analistas e outros usuários das demonstrações financeiras criticaram a alta administração por agregar segmentos de negócios para esconder informações, com isto a divulgação por segmentos perderia utilidade. Para esses autores, as companhias que divulgam poucos segmentos, podem ter agregado segmentos com características semelhantes com o intuito de omitir informações a fim de obterem vantagens competitivas.

Na Tabela 4 é exposta a quantidade de empresas que evidenciaram, ou não, os Itens descritos no *check-list* (Quadro 1). Nesta tabela foram consideradas apenas as empresas que divulgaram informações por segmento, portanto a amostra foi de 44 companhias em 2010, 2011 e 2012, e em 2013 esta amostra é de 45 companhias. Lembrando que, o item 1 e o item 25 foram excluídos desta análise, conforme explicação na metodologia.

A Tabela 4 foi subdividida em Itens mais divulgados (acima da média) e Itens menos divulgados (abaixo da média), a média considerada foi 50% da amostra (23 empresas). Desta forma, é possível visualizar quais foram os itens que as empresas mais divulgaram e quais foram os itens menos evidenciados.

Dentre os quesitos da Tabela 4, o item 2 (critérios para agregação dos segmentos) não foi evidenciado por nenhuma companhia no período analisado. De acordo com o pronunciamento CPC 22, item 12, as companhias podem agregar dois ou mais segmentos em um único segmento operacional se apresentarem características econômicas semelhantes e outros aspectos citados no pronunciamento (item 12 a, b, c, d, e). Porém, as companhias não divulgaram em suas notas explicativas quais foram os critérios utilizados.

Em contrapartida, o item 8, que se refere às receitas provenientes de clientes externos foi evidenciado por toda amostra durante o período analisado. Este resultado assemelha-se ao de Aillón et al (2013), que ao analisar quarenta e oito empresas que atuam no Brasil (integrantes do Índice IBRX-50), encontraram que as receitas por segmento foi uma das categorias mais evidenciadas dentre as empresas que divulgaram relatórios por segmento. Este resultado também foi positivo na pesquisa de Weschenfelder e Mazzioni (2014), que analisou as companhias com nível de governança corporativa do Novo Mercado em 2012, e constatou que a divulgação de receitas apresentou um bom percentual médio.

Para uma análise qualitativa do nível de evidenciação, foram analisados quais os itens materiais de receitas e despesas foram segmentadas e quantas companhias evidenciaram. Ressalta-se que não foram evidenciadas nos relatórios de informações por segmento receitas não operacionais, portanto estas companhias evidenciaram apenas despesas. Na Tabela 4, item 13, foi apresentado a quantidade de empresas que divulgaram estas informações. No período analisado (2010 a 2013), 19, 17, 15 e 17 companhias, respectivamente, noticiaram itens materiais de despesas. No pronunciamento CPC 22, item 23 (f), está descrito que as entidades devem divulgar este tipo de informação se estiverem incluídos no valor do lucro ou prejuízo do segmento e, ou, for revisado pelo principal gestor das operações.

Tabela 4-Evidenciação dos itens expostos no *check-list* (Quadro 1)

Itens com resultados acima da média												
Itens	2010			2011			2012			2013		
	Sim	Não	NA	Sim	Não	NA	Sim	Não	NA	Sim	Não	NA
Item 4	26	18	—	28	16	—	29	15	—	30	15	—
Item 6	28	16	—	31	13	—	32	12	—	34	11	—
Item 8	44	0	—	44	0	—	44	0	—	45	0	—
Item 12	24	20	—	26	18	—	27	17	—	26	19	—
Item 21	29	15	—	29	15	—	32	12	—	32	13	—
Item 23	37	7	—	37	7	—	39	5	—	37	8	—
Item 26	41	3	—	44	0	—	44	0	—	44	1	—
Item 29	28	16	—	28	16	—	28	16	—	29	16	—
Itens com resultados abaixo da média												
Itens	2010			2011			2012			2013		
	Sim	Não	NA	Sim	Não	NA	Sim	Não	NA	Sim	Não	NA
Item 2	0	44	—	0	44	—	0	44	—	0	45	—
Item 3	5	39	—	5	39	—	5	39	—	5	40	—
Item 5	18	26	—	21	23	—	19	25	—	21	24	—
Item 7	19	25	—	20	24	—	21	23	—	23	22	—
Item 9	13	30	1	13	30	1	13	30	1	15	29	1
Item 10	10	34	—	12	32	—	12	32	—	12	33	—
Item 11	10	34	—	12	32	—	12	32	—	12	33	—
Item 13	19	25	—	17	27	—	15	29	—	17	28	—
Item 14	0	44	—	0	44	—	0	44	—	2	43	—
Item 15	18	26	—	19	25	—	19	25	—	21	24	—
Item 16	2	42	—	3	41	—	3	41	—	3	42	—
Item 17	14	30	—	14	30	—	17	27	—	20	25	—
Item 18	11	33	—	14	30	—	13	31	—	13	32	—
Item 19	4	40	—	5	39	—	5	39	—	7	38	—
Item 20	14	30	—	16	28	—	15	29	—	18	27	—
Item 22	17	27	—	18	26	—	21	23	—	21	24	—
Item 24	2	33	9	2	33	9	2	32	10	2	32	11
Item 27	9	35	—	10	34	—	11	33	—	12	33	—
Item 28	7	37	—	8	36	—	10	34	—	10	35	—

Observações: Sim = divulgou o item; Não = não divulgou o item; NA = não se aplica à empresa

Fonte: Elaborado pela autora

As descrições das despesas noticiadas pelas companhias abertas que compõem a amostra estão na Tabela 5. Nesta tabela possui a descrição de todas as despesas evidenciadas e a quantidade de entidades que divulgaram, para cada período analisado.

Tabela 5 – Itens matérias de despesas

Descrição das Receitas e Despesas	2010	2011	2012	2013
Despesas com Pessoal	4	4	4	3
Pesquisa e Desenvolvimento	1	1	1	1
Serviço de Terceiros	4	4	4	3
Postagem e Cobrança	1	—	1	1
Despesas Comerciais / Vendas	13	11	9	12
Despesas Administrativas	2	1	1	3
Despesas com Honorários da Administração	1	—	1	1
Plano de Previdência Assistencial	2	1	1	1

Fonte: Elaborado pela autora

O item material de despesa mais divulgado, em todos os períodos, foi às despesas comerciais. No ano de 2010, das dezenove companhias que apresentaram itens materiais de despesas, conforme Tabela 4, treze delas evidenciaram despesas comerciais. Em seguida, as despesas com pessoal e com serviço de terceiros foram os itens materiais de despesas que as empresas mais divulgaram.

Foram também observadas quais empresas divulgaram resultado financeiro ao contrário de apresentarem as receitas e despesas financeiras separadamente. Segundo o pronunciamento CPC 22, item 23 (c) e (d), as companhias devem apresentar as receitas financeiras e as despesas financeiras se estiverem incluídos no valor do lucro ou prejuízo do segmento e, ou, for revisado pelo principal gestor das operações.

Em média, 74% das empresas não divulgaram receitas financeiras e despesas financeiras separadamente, conforme Tabela 4, itens 10 e 11. Porém, 31% destas empresas apresentaram o resultado financeiro, para este cálculo foi dividido o total das empresas que evidenciaram o resultado financeiro pelo total das empresas que não divulgaram as receitas e despesas financeiras isoladamente, em seguida foi feita a média do período analisado.

Também foram analisadas quais contas do ativo não circulante foram evidenciadas nos relatórios por segmento. De acordo com o pronunciamento CPC 22, item 24 (b), a entidade deve divulgar o montante de acréscimos ao ativo não circulante se estes montantes estiverem incluídos no valor do ativo do segmento e, ou, for revisado pelo principal gestor das operações.

No item 18 da Tabela 4 é possível identificar a quantidade de empresas que divulgaram o montante de contas relacionadas ao ativo não circulante. Em média, 29% das empresas divulgaram este item em seus relatórios de informações por segmento. Deste montante, 89% divulgaram a conta Imobilizado e 81% a conta Intangível, estas foram as contas mais representativas. A terceira conta mais evidenciada por estas companhias foi Investimento, evidenciado por 59% delas.

Por meio da Equação 1 e com os resultados da quantidade de empresas que aderiram aos itens do Quadro 1, foi possível calcular o nível de evidenciação para cada companhia, conforme Tabela 6. Nesta tabela foi realçado o nível de evidenciação de cada companhia nos anos analisados e a sua respectiva média.

Na Tabela 6 foram mantidas as empresas que não divulgaram informações por segmento. Foi utilizado o símbolo ‘**’ no nível de evidenciação das empresas que não divulgaram informações por segmento, porém apresentaram justificativas. Já as empresas que não

apresentaram justificativas foram consideradas que o seu nível de evidenciação é igual a 0%. Além disso, foram considerados para o cálculo da média do nível de evidenciação os anos que houve a evidenciação e os anos que as empresas não justificaram a ausência de relatórios segmentados. Ou seja, foram excluídas para o cálculo da média as empresas que justificaram o fato de não segmentarem suas informações contábeis.

Tabela 6–Nível de evidenciação - EVID %

Empresa	2010	2011	2012	2013	MÉDIA	Empresa	2010	2011	2012	2013	MÉDIA
Ambev	–	–	0	56	28	JBS	35	35	35	35	35
All Amer Lat	19	15	19	19	18	Klabin S.A	44	48	48	48	47
BR Malls Par	15	15	22	22	19	Kroton	30	26	33	26	29
BR Propt	**	**	**	**	**	Light S.A	74	70	74	73	73
Bradespar	0	**	**	**	0	Localiza	56	56	44	44	50
Braskem	30	33	33	33	32	Lojas Americ.	59	59	59	59	59
BRF S.A	23	23	23	23	23	Lojas Renner	19	19	30	30	24
CCR AS	54	54	54	54	54	Marcopolo	67	67	67	67	67
Cemig	30	56	56	52	48	Marfrig	11	44	48	52	39
Cesp	**	**	**	**	**	MRV	**	52	52	33	46
Cia Hering	**	**	**	**	**	Multiplan	22	19	22	22	21
Cielo	0	**	**	**	0	Natura	42	46	42	42	43
Copel	73	77	77	77	76	Oi	67	59	59	63	62
CPFL Energia	56	56	56	56	56	Pão de Açúcar	56	74	74	74	70
Cyrela Realt	39	39	39	39	39	PDG Realt	56	**	**	**	56
Duratex	19	23	27	27	24	Petrobras	52	52	52	56	53
Ecorodovias	0	59	63	59	45	Qualicorp	41	44	48	44	44
Eletrobras	22	22	22	26	23	Sabesp	22	22	19	19	20
Embraer	22	22	22	22	22	Sid Nacional	22	22	22	22	22
Energias BR	67	56	70	70	66	Souza Cruz	15	15	15	15	15
Estacio Part	**	**	**	**	**	Suzano Papel	22	22	22	22	22
Even	26	22	26	26	25	Telef Brasil	0	**	**	**	0
Fibria	22	**	**	**	22	Tim Part	**	**	**	**	**
Gafisa	35	35	42	50	40	Tractebel	**	**	**	**	**
Gerdau	63	67	59	59	62	Ultrapar	37	37	37	37	37
Gerdau Met	67	67	59	59	63	Usiminas	42	42	42	42	42
Gol	11	11	11	63	24	Vale	41	41	41	37	40
Hypermarcas	19	19	19	19	19						
Itaúsa	39	39	39	39	39	Média Geral	35	40	40	42	38

Observação: Todos os valores estão em percentuais

Fonte: Elaborado pela autora

A maior média do nível de evidenciação foi de 76% pela Companhia Paranaense de Energia – Copel, que pertence ao setor de energia elétrica. Vasconcelos e Szuster (p. 84, 2003) citam que o setor de energia elétrica foi o “primeiro setor da economia nacional a apresentar uma inovação no que se refere à evidenciação dos diversos segmentos das empresas dele participantes, em moldes próximos aos internacionais”. As empresas pertencentes a este setor de atividade são

reguladas pela Agência Nacional de Energia Elétrica (ANEEL) que define padrões de divulgação das informações contábeis.

Das empresas que divulgaram informações por segmento, a que obteve o menor índice de evidenciação foi a Souza Cruz S.A. com a média de 15%. Também é possível identificar que a média anual foi crescente ao longo do período, isto quer dizer que as empresas estão aderindo ao CPC 22. Porém a média do horizonte temporal do estudo (2010 a 2013) de 38% pode ser considerada baixa

Por meio da Tabela 7 é possível identificar a quantidade de companhias abertas por setor e o nível de evidenciação por setor. Os dados referentes ao setor de atuação de cada companhia da amostra foram consultados na base de dados da Economática.

Tabela 7- Quantidade de Empresas e Nível de evidenciação por setor

Setor	Nº de Empresas	EVID	Setor	Nº de Empresas	EVID
Alimentos e Beb.	4	31%	Petróleo e Gás	1	53%
Comércio	4	49%	Química	2	35%
Construção	5	41%	Siderurgia e Met.	4	47%
Energia Elétrica	8	57%	Telecomunicações	3	31%
Mineração	1	40%	Têxtil	1	**
Outros	13	25%	Transportes e Serviços	4	35%
Papel e Celulose	3	30%	Veículos e Peças	2	45%
Software e dados	1	0%	TOTAL	56	38%

Observação: EVID = nível de evidenciação

Fonte: Elaborado pela autora

Os setores de Software e Dados não obteve média porque a empresa que compõe este setor, Cielo S.A., não evidenciou informações por segmento no ano de 2010 e também não justificou este fato. Já o setor Têxtil não faz parte do cálculo da média total porque a única empresa que compõe este setor, Cia Hering, não apresentou informações por segmento, porém justificou a ausência do relatório no período.

O setor de Energia Elétrica foi o que apresentou o maior nível de evidenciação (EVID= 57%), seguido pelas companhias abertas do setor de Petróleo e Gás (EVID = 53%), As empresas que menos revelam, exceto o setor de Software e Dados, pertencem ao setor de "Outros", com uma média de 25%.

A média total de evidenciação foi de 38% e dentre os setores analisados nota-se que o nível de evidenciação não apresenta uniformidade. No estudo de Aillón et al (p. 34, 2013) também foi constatado que a divulgação é distinta entre os setores e que isto pode ser um "indício da tentativa de ocultar a ineficiência dos gestores, ou a supressão de informações como barreira informacional para novos competidores".

5 Considerações Finais

As informações por segmento devem ser apresentadas nas demonstrações contábeis, essencialmente, pois estas permitem que os usuários dessas informações contábeis, tenham

parâmetros suficientes, que os auxilie na tomada de decisão. Tendo como base, que as regulamentações expostas pelo CPC 22 se tornaram obrigatórias a partir de 2010 para as companhias de capital aberto, esta pesquisa teve como finalidade analisar o nível de evidenciação das informações por segmento nas companhias abertas brasileiras que integram o Ibovespa, por meio de análise das demonstrações financeiras do período de 2010 a 2013.

Os resultados da pesquisa apontam que, em média, 80% da amostra analisada divulgam em seus relatórios contábeis, as informações por segmento. Nota-se que as empresas optaram, predominantemente, pela divulgação de segmentos por linha de negócio. Constatou-se ainda que, as empresas que divulgaram informações por segmento por região geográfica tendem a evidenciar dois segmentos reportáveis, e as companhias que optaram por linha de negócios predominam em apresentar quatro segmentos.

Dentre os itens analisados, o mais evidenciado pelas empresas, foi à receita proveniente de clientes externos, ao passo que o item menos divulgado, foi o critério utilizado pelos gestores para agregar segmentos. Para uma análise qualitativa dos itens, constatou-se que o item material de despesas mais divulgado foi às despesas comerciais, e que 31% das empresas que não divulgaram receitas financeiras e despesas financeiras separadamente apresentaram o resultado financeiro. Também foi constatado que, das empresas que divulgaram o montante de contas relacionadas ao ativo não circulante, 89% evidenciaram a conta Imobilizado.

Com relação ao nível de evidenciação de informações por segmento, encontrou-se que a média do período analisado (2010 a 2013) foi de 38%. E este percentual, foi crescente no decorrer dos anos estudados, de modo que pode-se inferir que as empresas tendem a aderir futuramente as regulamentações específicas e/ou que existe uma curva de aprendizagem na adoção do CPC 22. A empresa que apresentou a maior *performance* com relação ao nível de evidenciação foi a Companhia Paranaense de Energia-Copel com a média de 76%, já a empresa com o menor nível foi a Souza Cruz S.A com a média de 15%.

O setor que possui o melhor nível de evidenciação é o de Energia Elétrica com a média de 57%, essa porcentagem pode ser explicada em grande parte, por as empresas pertencentes a esse setor serem reguladas pela Agência Nacional de Energia Elétrica (ANEEL) e estarem obrigadas a divulgar as informações por segmento desde ano de 1997. Enquanto que o setor “Outros” é o que menos divulga, com índice de evidenciação de 25%.

O estudo possui limitações no que se refere ao tamanho da amostra, sendo que os resultados encontrados não podem ser generalizados para a realidade de outras empresas. E como sugestão para pesquisas futuras, recomenda-se que a amostra seja ampliada, e ainda que seja realizada uma análise que relacione a evidenciação dos segmentos de negócios com a competitividade das companhias.

REFERÊNCIAS

AILLÓN, Humberto Silva; SILVA, Júlio Orestes da; PINZAN, Anderson Ferreira; WUERGES, Artur Filipe Ewald. Análise das Informações por Segmento: divulgação de informações gerenciais pelas empresas brasileiras. **Revista Contemporânea em Contabilidade – UFSC**, Florianópolis, v.10, n.19, p. 33-48, jan./abr. 2013.



BOSCOV, C. P. **O enfoque gerencial na divulgação de informações por segmento**. 2009. Dissertação (Mestrado em Controladoria e Contabilidade) – Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo. São Paulo, 2009.

CARMO, Carlos H.S.; RIBEIRO, Alex M.; CARVALHO, L. Nelson G. Convergência de fato ou de direito? A influência do sistema jurídico na aceitação das normas internacionais para pequenas e médias empresas. **Revista de Contabilidade e Finanças - USP**, São Paulo, v.22, n.57, p.242-262.

COMITÊ DE PRONUNCIAMENTOS CONTÁBEIS. **Pronunciamento Técnico CPC 22 – Informações por Segmento**. Disponível em: <<http://www.cpc.org.br/pdf/CPC%2022.pdf>>. Acesso em: 13 nov. 2014.

GARRISON, Ray H.; NOREEN, Eric W. **Contabilidade Gerencial**. 9ª. ed. Rio de Janeiro: LTC Editora, 2001

GIL, Antonio Carlos. **Como elaborar projetos de pesquisa**. São Paulo: Atlas, 2002.

HENDRIKSEN, Eldon S.; VAN BREDA, Michael F. **Teoria da Contabilidade**. São Paulo: Atlas, 1999.

IAS 14. **Reporting Financial Information by Segment**. 1981. Disponível em: <http://www.iasplus.com/en/standards/ias/ias14>. Acesso em: 13 nov. 2014.

IFRS 8. **Operating Segments**. 2006. Disponível em: <http://www.iasplus.com/en/standards/ias/ias14>. Acesso em: 13 nov. 2014.

IUDÍCIBUS, Sérgio de; MARTINS, Eliseu; GELBCKE, Ernesto Rubens; SANTOS, Ariovaldo dos. **Manual de Contabilidade Societária** – Aplicável a todas as sociedades. 2. ed. São Paulo: Atlas, 2013.

KAJUTER, Peter; NIENHAUS, Martin. The Impact of IFRS 8 Adoption on the Value Relevance of Segment Reports. **SSRN**, 2015. Disponível em: http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2377229. Acesso em: 10 nov. 2014.

MALACRIDA, Mara Jane Contrera; YAMAMOTO, Marina Mitiyo. Governança Corporativa: nível de evidenciação das informações e sua relação com a vitalidade das ações do Ibovespa. **Revista Contabilidade e Finanças**, São Paulo, v. 17, p. 65-79, 2006.

MOURAD, Nabil Ahmad. **IFRS 8: segmentos operacionais: contabilidade internacional: International Financial Reporting Standards – IFRS**. São Paulo: Atlas, 2009. (Série academia-empresa; 7)

NICHOLS, Nancy B.; STREET, Donna L.; CEREOLA, Sandra 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.2, p. 79-105, 2012.

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

NIYAMA, Jorge Katsumi; COSTA, Patrícia de Souza; AQUINO, Ducineli Régis Botelho de. Principais Causas das Diferenças Internacionais no Financial Reporting: uma pesquisa empírica em instituições de ensino superior do Nordeste e Centro-Oeste do Brasil. **Revista ConTexto**, Porto Alegre, v.5, n.8, 2º semestre 2005.

PAULO, Edilson. **Manipulação das informações contábeis**: uma análise teórica e empírica sobre os modelos operacionais de detecção de gerenciamento de resultados. Tese (Doutorado em Ciências Contábeis) – Programa de Pós-Graduação em Ciências Contábeis, Departamento de Contabilidade e Atuária, Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo. São Paulo, 2007.

SCHVIRCK, Eliandro; LUNKES, Rogério João; GASPARETTO, Valdirene. Divulgação de Informações por segmento: panorama da aplicação do CPC 22. **Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade**, Brasília, v.7, n.2, p. 131-146, abr./jun. 2013.

SOUZA, Júlia Alves e; ALMEIDA, José Elias Feres. Grau de Divulgação de Informações por Segmentos Operacionais em Ambientes Competitivos. **Revista de Ciências Humanas**, Viçosa, v.13, n.1, p. 39-55, jan./jun. 2013.

TALHA, Mohammad; SALLEHHUDDIN, Abdullah; MOHAMMAD, Junaini. Changing Pattern of Competitive Disadvantage from Disclosing Financial Information: a case study of segmental reporting practice in Malaysia. **Managerial Auditing Journal**, v. 21, n.3, p. 265-274, 2006.

TORRES, Fernando. Novo Padrão de Contabilidade Obriga as Empresas Abertas a Divulgar Alguma Medida de Lucro por Segmento de Negócios, o que Facilita Análise dos Resultados. **Jornal Valor Econômico**, 14 abril de 2011. Ed. Globo. São Paulo.

VASCONSELOS, Madson de Gusmão; SZUSTER, Natan. Informações Contábeis por Segmento de Negócios. **Revista de Contabilidade do Mestrado em Ciências Contábeis da UERJ**, Rio de Janeiro, v.8, n.2, p. 71-88, 2003.

WESCHENFELDER, Camila; MAZZIONI, Sady. Informações por Segmento: análise do nível de evidenciação das companhias listadas no novo mercado. **Revista Catarinense da Ciência Contábil**, Florianópolis, v.13, n.39, p. 21-33, maio/ago. 2014.