

Análise da Relação entre a Divulgação de Informações por Segmento e a Competitividade

Nathan Emiliano de Oliveira

Uberlândia – MG

Graduando em Ciências Contábeis na FACIC/UFU¹

nathanemiliano@hotmail.com

Patrícia de Souza Costa

Uberlândia – MG

Professora da Faculdade de Ciências Contábeis /UFU¹Doutora em Contabilidade e Controladoria pela FEA/USP²

patricia@facic.ufu.br

Jéssica Rayse de Melo Silva Avila

Uberlândia – MG

Mestranda em Ciências Contábeis no PPGCC/UFU¹

jessicarayse@hotmail.com

Resumo

Este artigo investiga a relação entre o nível de competitividade entre as companhias abertas brasileiras e a evidência de informações por segmento. A amostra da pesquisa é composta por 46 companhias abertas brasileiras, listadas no índice Ibovespa no período de 2010 e 2013. O modelo econométrico envolve dados em painel, sendo o retorno sobre o ativo (ROA) das empresas acima da média do ROA do setor usado como proxy para setores mais competitivos. De acordo com os resultados da investigação, 83% das empresas optaram por divulgar as informações por segmento de negócio e divulgaram de 2 a 4 segmentos. O nível de evidência das informações por segmento é de 63% no horizonte temporal de estudo, sendo que as empresas pertencentes aos setores regulados (energia elétrica e telecomunicações) possuem índice de evidência superior àquele dos demais setores analisados. Percebeu-se uma curva de aprendizagem na divulgação de informações por segmento, uma vez que o paradigma de evidência cresceu ao longo do período. Os resultados sugerem que as empresas possuidoras do ROA acima da média do setor demonstram menos informações por segmento, corroborando a hipótese de pesquisa de que as companhias pertencentes a setores mais competitivos são menos propensas a divulgar separadamente informações por segmento. Infere-se que a competitividade é um fator que pode afetar a divulgação de

informações por segmento, necessitando ser observada por pesquisadores, investidores, normatizadores e reguladores.

Palavras chave: Informações por segmento. Evidência. Retorno sobre o ativo.

Abstract

This paper examines the relation between the competition level of the Brazilian publicly traded companies and the information per segment disclosure. The research sample consists of 46 Brazilian publicly traded companies listed by the Ibovespa Index from 2010 to 2013. The econometric model comprises a panel data where the companies whose return on assets (ROA) is above average for the sector are regarded as proxy to more competitive sectors. According to the research results, 83% of the companies choose to disclose information per business segment, revealing 2-4 segments. The information per segment disclosure level is 63% in the study period, considering that the disclosure level of companies belonging to the regulated sectors (power and telecommunications companies) is higher than that of the others.

The information per segment disclosure shows a learning curve, for the disclosure index has grown during the period. The results suggest that the companies with ROA above average for the sector disclose less information per segment, confirming the research hypothesis that the companies belonging to competitive sectors tend to disclose less segment information individually. The conclusion is that the competition affects the information per segment disclosure and researchers, investors, standard setters and regulators must observe it.

Key words: Segment information. Disclosure. Return on assets.

1. Introdução

A concorrência, o tamanho da empresa e o setor de atuação da entidade são fatores que podem afetar o nível de evidência de informações por segmento (BOTOSAN; STANFORD, 2005; NICHOLS; STREET, 2007; NICHOLS; STREET; CERREOLA, 2012). Botosan e Stanford (2005) e Nichols e Street (2007), analisando a norma IAS 14R - Segment Reporting, identificaram que a combinação de segmentos é significativamente influenciada por vários fatores, tais como a competitividade e a concorrência nos setores de atuação da empresa.

Em novembro de 2006, o International Accounting Standards Board (IASB) emitiu a norma IFRS 8 - Operating Segments, em substituição à IAS 14R, com o objetivo de fornecer orientação mais detalhada e estabelecer requisitos para a evidência de

¹ UFU - Universidade Federal de Uberlândia - CEP 38408-100 - Uberlândia – MG

² FEA /USP - Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo – CEP 05508-010 - São Paulo – SP

informações sobre segmentos operacionais (NICHOLS; STREET; CEREOLA, 2012). Dentre os objetivos do IFRS 8, estão o aumento da comparabilidade e a melhoria na quantidade e na qualidade da demonstração de informações por segmento (SCHVIRCK; LUNKES; GASPARETTO, 2012). Porém, mesmo após a adoção do IFRS 8, o IASB não conseguiu anular um problema identificado desde a emissão da IAS 14: a agregação de segmentos diferentes com o objetivo de esconder, dos concorrentes, linhas operacionais mais produtivas (NICHOLS; STREET, 2007; NICHOLS; STREET; CEREOLA, 2012).

Para Nichols, Street e Cereola (2012), não houve melhoria na qualidade da divulgação das informações por segmento após a adoção da IFRS 8, em substituição à IAS 14R. Esses autores analisaram o nível de evidênciação de informações por segmento, de acordo com o exposto no IFRS 8, de 361 empresas europeias, no período de 2008 a 2009. Encontraram redução significativa no número médio de itens divulgados, principalmente aqueles relacionados aos passivos, patrimônio líquido e método de equivalência patrimonial. Por outro lado, esses autores detectaram aumento significativo de empresas que relatam mais de uma medida de lucratividade do segmento. Uma vez que o nível de evidênciação, mesmo com as revisões incluídas no IFRS 8, tem sido reduzido, a competitividade pode ser um fator responsável por essa retração.

No Brasil, o CPC 22 – Informações por Segmento, correlacionado com o IFR 8, foi aprovado pelo Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC, 2009) com vigência a partir do exercício de 2010. Os resultados do estudo de Schvirck, Lunkes e Gasparetto (2012) demonstraram que, após a aplicação do CPC 22, a forma de publicação dos segmentos passou a ser bastante heterogênea, não estabelecendo qualquer tipo de padrão, seja por setor de atuação, seja por listagem de governança corporativa, seja pelo tamanho do ativo da companhia.

Diante do exposto, o problema de pesquisa é: existe relação entre a divulgação de informações por segmento e o nível de competitividade das empresas? O objetivo deste estudo é investigar a relação entre o nível de competitividade das companhias abertas brasileiras e a evidênciação de informações por segmento.

A amostra da pesquisa é constituída por 46 companhias abertas brasileiras listadas no índice Ibovespa no período de 2010 e 2013. O modelo econométrico foi estabelecido com base nos estudos de Nichols e Street (2007) e Nichols, Street e Cereola (2012) e envolve dados em painel, sendo o retorno sobre o ativo (ROA) das empresas acima da média do ROA do setor usado como proxy para setores mais competitivos.

Os resultados desta pesquisa podem ser úteis para diversos usuários da informação contábil, especialmente, para normatizadores e investidores. O IASB, desde que emitiu o IFRS 8, está preocupado com a adoção da abordagem da gestão na definição das informações por segmento (NICHOLS; STREET; CEREOLA, 2012). Assim, os resultados desta investigação podem ser úteis no processo de revisão da norma. A melhoria no processo de evidênciação de informações por segmento pode ser benéfica também para os investidores no processo de tomada de decisões.

Este trabalho está organizado em seis seções, incluindo esta introdução. A segunda seção trata do referencial teórico. A terceira refere-se às hipóteses da pesquisa. A seção seguinte aborda a metodologia do trabalho. As seções cinco e seis aludem aos resultados e às considerações finais, respectivamente.

2. Referencial Teórico

2.1. Informações por Segmento

O princípio básico das informações por segmento é que os dados apresentados nas demonstrações contábeis possibilitem aos usuários a avaliação adequada da natureza das atividades do negócio e seus respectivos efeitos financeiros, conhecendo, de fato, o ambiente econômico em que a empresa está inserida (IUDÍCIBUS et al., 2010). 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.

A primeira versão da IAS 14 - Segment Reporting foi emitida pelo International Accounting Standards Committee (IASC) em 1981. A norma exigia que as empresas divulgassem seus relatórios sobre vendas, lucros e ativos para cada segmento, identificáveis por linha de negócios ou localização geográfica (NICHOLS; STREET, 2007). Porém, essa diretriz foi bastante criticada por suas definições amplas que permitiam interpretações divergentes sobre os requisitos para a identificação e a evidênciação de segmentos (NICHOLS; STREET, 2007).

Assim, em 1990, a Organization for Economic Cooperation and Development (OCDE), a International Organization of Securities Commissions (IOSCO) e o Working Group of the United Nations recomendaram à IASC expandir requisitos de divulgação e abordar as questões de implementação para a IAS 14 (ALBRECHT; CHIPALKATTI, 1998). Para superar os problemas associados a essa norma, a IASC, em conjunto com o Financial Accounting Standards Board (FASB) e o Accounting Standards Board (AcSB), decidiu exigir uma nova abordagem para a identificação de segmentos, a IAS 14R (SCHVIRCK; LUNKES; GASPARETTO, 2012).

No entanto, as ineficiências da IAS 14, que permitiam interpretações divergentes sobre requisitos para identificação de um segmento, persistiram na IAS 14R (NICHOLS; STREET, 2007). Esses autores apresentaram evidências que comprovaram a ineficácia da IAS 14R na consecução dos objetivos da IASC, uma vez que identificaram uma relação indireta entre a divulgação de segmentos e o nível de concorrência do setor. Isso sugere que, sob o exposto na IAS 14R, as empresas omitem informações sobre os segmentos operacionais, inclusive a quantidade real de segmentos, quando expostas a níveis mais elevados de concorrência (NICHOLS; STREET, 2007).

Em novembro de 2006, em meio a preocupações significativas sobre a adoção da abordagem de gestão das entidades na divulgação de informações por segmento, a IASC emitiu o IFRS 8, que substituiu a IAS 14R, com o objetivo de aumentar o número de segmentos relatados e melhorar a qualidade das informações divulgadas (NICHOLS; STREET, 2007). Semelhante ao exposto na IAS 14R, o IFRS 8 define que uma entidade deve divulgar informações que permitam aos usuários das demonstrações financeiras avaliar a natureza financeira, os efeitos dos tipos de atividades a que se dedica e os ambientes econômicos em que opera (NI-

CHOLS; STREET; CEREOLO, 2012). A principal diferença entre as normas está nos critérios para identificação de segmentos. Para o IFRS 8, se um componente de uma entidade vender, principal ou exclusivamente, para outros segmentos da entidade, esse componente é definido como segmento operacional. Para a IAS 14R, segmentos operacionais são limitados àqueles que obtenham maioria de sua receita com vendas a partes externas, ou seja, não exige que diferentes estágios de uma entidade integrada possam ser identificados como segmentos separados. Em contraste com a IAS 14R, o IFRS 8 não define receita, despesa, resultado, ativos e passivos do segmento, nem requer que as informações por segmento sejam preparadas em conformidade com as políticas contábeis adotadas para a elaboração das demonstrações contábeis da entidade. Como consequência, a entidade terá maior 'liberdade' (subjativismo responsável) para determinar o que irá incluir no lucro ou na perda por segmento, limitada apenas por suas práticas de relatórios internos (DELOITTE, 2007).

Em 2013, o IASB finalizou a revisão do IFRS 8 que havia sido iniciada em 2010. Foram realizadas duas alterações nessa revisão (DELOITTE, 2015): 1) a norma exige que a entidade divulgue os julgamentos feitos pela administração na aplicação dos critérios de agregação de segmentos operacionais; 2) a norma esclarece que uma entidade tem apenas de comunicar reconciliações do total de ativos dos segmentos reportáveis aos ativos da entidade, se os ativos do segmento são divulgados regularmente. Percebe-se que a preocupação do IASB com a agregação de segmentos permanece na revisão da IFRS 8.

Na legislação brasileira, a partir do exercício de 2010, as companhias abertas tiveram que se adequar ao pronunciamento CPC 22, que normatiza a publicação de informações por segmento. Essa norma, correlacionada com o IFRS 8, visa a contribuir com a melhoria da evidência de informações ao mercado, exigindo que as companhias abertas apresentem, aos seus usuários externos, informações de como é formado o resultado da empresa, considerando a participação de cada um de seus segmentos operacionais. Ou seja, passem a divulgar, acompanhadas das demonstrações contábeis já existentes, as informações por segmentos, de acordo com o referido pronunciamento (SCHVIRCK; LUNKES; GASPARETTO, 2012). Ludicibus et al. (2010) argumentam que, até a aplicação do CPC 22, havia pouco incentivo no Brasil para divulgação de informações por segmento e um número bem reduzido de empresas preparavam-nas de forma voluntária, tímida e discreta, por exigência da atuação em mercados internacionais.

De acordo com o exposto no CPC 22, a empresa deve divulgar informações que permitam aos usuários das demonstrações contábeis avaliar a natureza e os efeitos financeiros das atividades de negócios nos quais ela está envolvida e os ambientes econômicos em que opera (TORRES, 2011). O CPC 22 estabelece que a entidade deva divulgar, no mínimo, as informações apresentadas no Quadro 1.

O Quadro ilustra a relação dos itens que precisam ser evidenciados nas notas explicativas e/ou no balanço patrimonial das companhias brasileiras para cada segmento divulgável.

Quadro 1: Itens a serem divulgados conforme CPC 22

Nº do item do CPC 22	Resumo dos itens que devem ser evidenciados
23	1. Lucro Líquido 2. Receita da mesma entidade 3. Receita Financeira 4. Despesa Financeira 5. Depreciação e amortização 6. Custo 7. Ativo 8. Passivo 9. Patrimônio Líquido 10. IR/CSLL 11. EBIT
28	Conciliação: 12. do Passivo, 13. da Receita, 14. do Ativo, 15. do Patrimônio Líquido e 16. do Lucro Líquido.
32	17. Receita Clientes
33	18. Receita Clientes Exterior
34	19. Informações sobre Principais Clientes

Fonte: Elaboração própria com base no CPC 22

2.2. Evidenciação e Competitividade

O objetivo da contabilidade é construir um arquivo básico da informação contábil no qual cada tipo de usuário, de forma flexível, possa obter a informação que lhe seja conveniente (IUDÍCIBUS, 2004). A evidência de informações contábeis está ligada ao objetivo da contabilidade, pois ela procura garantir que informações diferenciadas sejam levadas para os vários tipos de usuários, tendo como uma das suas principais características a de apresentar aos usuários das demonstrações contábeis, por meio de relatórios, a situação econômica e financeira das companhias, bem como os riscos relacionados a investimentos (IUDÍCIBUS, 2004; SCHVIRCK; LUNKES; GASPARETTO, 2012.).

Embasado na Teoria da Agência que, segundo Hendriksen e Van 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 o gestor a não evidenciar tudo o que ocorre nas empresas. Lopes e Martins (2005) argumentam que a contabilidade é empregada pelos gestores para comunicar, de forma seletiva, os aspectos mais interessantes da empresa. Essa comunicação é seletiva porque os gestores não fornecem todas as informações ao seu dispor, porém selecionam o que é mais relevante ao seu próprio interesse.

As escolhas das informações publicáveis são realizadas, especialmente, de forma a atender às exigências legais e conduzidas por um amplo conjunto de fatores que afetam seus resultados. Este é um evento endógeno por considerar que as empresas tendem a divulgar as informações de acordo com os benefícios que podem extrair delas (VERRECCHIA, 2001; PAULO, 2007).

O CPC 22 não define um padrão de formato e de dados a serem divulgados pelas organizações. As informações por

segmento, de acordo com essa norma, devem ser elaboradas com uma abordagem gerencial, por meio dos relatórios utilizados para a tomada de decisões internas, independentemente de normas fiscais ou tributárias (SCHVIRCK; LUNKES; GASPARETTO, 2012). Partindo do pressuposto de que cada empresa possui um modelo de gestão específico, a abordagem gerencial pode favorecer o uso do poder discricionário do gestor, na divulgação de informações por segmento (NICHOLS; STREET; CEREOLO, 2012; SCHVIRCK; LUNKES; GASPARETTO, 2012).

A abordagem gerencial proposta pela norma deixa investidores preocupados com a possibilidade de haver manipulação de dados, devido à liberdade no processo de evidenciação das informações por segmentos, uma vez que a diretriz requer a divulgação de informações que tenham sido desenvolvidas para decisões gerenciais internas (CRAWFORD; HELLIAR; POWER, 2010). Ao dar liberdade para a companhia definir o que é divulgável, cria-se uma brecha para que as empresas, de forma discricionária, assumam que toda a sua atividade está agregada a um único segmento e, com isso, não apresentem informações além do que já constavam em seus demonstrativos antes da vigência do CPC 22 (SCHVIRCK; LUNKES; GASPARETTO, 2012).

O prejuízo em relação à concorrência é frequentemente citado como um desincentivo para divulgar informações por segmentos (HARRIS, 1998; TALHA; SALLEHUDDIN; MOHAMMAD, 2006; NICHOLS; STREET, 2007). O receio das empresas em beneficiar potenciais concorrentes com informações estratégicas da companhia, quando da divulgação de informações por segmento, pode resultar na agregação discricionária de segmentos e na perda de qualidade nas informações divulgadas (BACKER; MCFARLAND, 1968 apud NICHOLS; STREET, 2007).

Quando uma entidade opta por divulgar suas informações por segmento, há três diferentes tipos de desvantagem competitiva em relação à concorrência (BACKER; MCFARLAND, 1968, apud NICHOLS; STREET, 2007). A primeira é que a divulgação de informações dos segmentos rentáveis pode atrair novos concorrentes para o setor de atividade. A segunda é que divulgar informações sobre segmentos deficitários pode atrair ofertas públicas de aquisição ou pode forçar a empresa a vender esses segmentos para melhorar seus lucros em curto prazo. Por fim, requisitos de informação não uniformes, em nível regional ou global, podem afetar a competitividade internacional (BACKER; MCFARLAND, 1968 apud NICHOLS; STREET, 2007).

Os órgãos reguladores do mercado buscam, por meio de normas e leis, melhorar a divulgação das informações por segmento, com o objetivo de proporcionar, ao mercado, informações mais detalhadas dos negócios operados pelas companhias. Porém o nível de competitividade continua a influenciar significativamente a maneira como os segmentos de diferentes indústrias são combinados para formar segmentos de negócios (NICHOLS; STREET, 2007). Ao delimitar quais informações por segmento devem ser divulgadas, os órgãos reguladores do mercado buscam, dessa forma, tornar a competitividade entre as empresas mais saudável. Todavia não conseguem fazer com que as informações por segmento não sejam prejudiciais à competição, visto que podem assumir diversas formas e estruturas (HARRIS, 1998; NICHOLS; STREET, 2007; SCHVIRCK; LUNKES; GASPARETTO, 2012).

3. Hipóteses de Pesquisa

A pesquisa foca a relação entre os lucros anormais (proxy para concorrência empresarial) em determinados setores de diferentes empresas e a escolha de alguns gestores em agregar segmentos, com o objetivo de esconder esses lucros, levando em consideração a adoção do CPC 22. Harris (1998) insinua que as empresas agregam determinados segmentos para ocultar informações de negócios valiosas a fornecedores, clientes e concorrentes. Botosan e Stanford (2005) informam que as determinações de segmento, por parte das empresas, buscam velar blocos mais rentáveis que operam em setores menos competitivos do que em suas operações principais. Nichols, Street e Cereola (2012) acreditam que as divulgações por segmento não necessariamente correspondem a informações utilizadas pela gestão para a tomada de decisão. Os resultados de Nichols e Street (2007) fornecem evidências de que a IAS 14R permite que os gerentes agreguem segmentos para proteger os retornos em excesso. Assim, a literatura recomenda que os gestores mitiguem custos competitivos por meio da confidencialidade e evidências empíricas sugerem que os gestores divulguem, seletivamente, segmentos sob a abordagem da IAS 14. Dessa forma, a hipótese a ser testada, nesta pesquisa, é:

H1: As empresas são menos propensas a divulgar, separadamente, informações por segmento (menor nível de evidenciação) em que o retorno sobre o ativo (ROA) exceda a média do setor de atuação da empresa (setores mais competitivos).

H2: As empresas são menos propensas a evidenciar o setor de atuação como o principal segmento de negócio quando o retorno sobre o ativo (ROA) exceda a média do setor de atuação da empresa (setores mais competitivos).

4. Aspectos Metodológicos

A pesquisa é do tipo descritiva, com abordagem quantitativa. A amostra inicial é constituída por 65 companhias abertas brasileiras, listadas, em novembro de 2014, no índice Ibovespa (indicador de desempenho médio das cotações dos ativos de maior negociabilidade e representatividade do mercado de ações brasileiro). Desse grupo, foram excluídas 12 empresas que não apresentaram, em suas notas explicativas, as demonstrações por segmento. Além delas, outras sete empresas do setor de finanças e seguros foram excluídas por admitirem um critério diferente de agregação de segmento conforme item 12 do CPC 22. Desta forma, a amostra final, com informações expressas sobre segmentos, é composta por 46 companhias com demonstrações entre 2010 e 2013. A amostra foi definida por conveniência, levando em consideração a acessibilidade dos dados necessários nas notas explicativas que foram divulgadas no sítio eletrônico da Comissão de Valores Mobiliários (CVM).

A análise das notas explicativas contemplou a forma de divulgação dos segmentos, as políticas contábeis utilizadas e as práticas empregadas pelas organizações. Para cada um dos 19 itens relacionados na terceira coluna do Quadro 1, foi verificado se a empresa realizou a evidenciação nas notas explicativas e/ou no balanço patrimonial, de acordo com o exposto na segunda coluna. Em seguida, foi calculado o nível de evidenciação das informações por segmento (EVID) das companhias abertas da amostra, conforme Equação 1:

$$EVID_{i,t} = \frac{QI D_{i,t}}{QI O_{i,t}} \quad (\text{Equação 1})$$

O índice de evidência das informações por segmento (EVID) é calculado, dividindo-se a quantidade de informações divulgadas (QID) por empresa da amostra pela quantidade total de informações que a mesma deveria ter divulgado, de acordo com o CPC-22 (QIO – quantidade mínima de informações). Cada uma das companhias deve publicar 19 itens sobre os segmentos. Para exemplo do cálculo, tem-se que a companhia aberta Marfrig apresentou, nas demonstrações financeiras do exercício de 2013, um total de 13 informações das 19 que ela deveria ter evidenciado. Essa empresa deixou de revelar seis itens. Assim, o nível de evidência para essa empresa, em 2013, foi de 68,4%, conforme exposto na Equação 2:

$$EVID_{Marfrig, 2013} = 13/19 = 68,4\% \quad (\text{Equação 2})$$

O modelo especificado na Equação 2 foi utilizado para verificar o nível de evidência das companhias abertas brasileiras. Além do cálculo do nível de evidência, os dados foram analisados com o objetivo de identificar relações entre as variáveis de evidência.

A hipótese H2 será testada por meio da Equação 3:

$$SET_{it} = \beta_0 + \beta_1 ROA_{it} + \beta_2 SEG_{it} + \beta_3 TAM_{it} + \varepsilon_t \quad (\text{Equação 3})$$

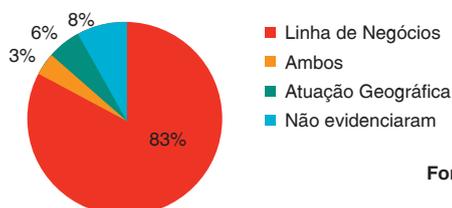
A variável SET representa uma variável binária com valor 1 se o setor de atuação da empresa é reportado nas informações por segmento como o principal segmento de negócio; 0, em caso contrário. A proxy utilizada para a competitividade foi o retorno sobre o ativo (ROA) da empresa acima da média do setor de atuação, pois mostra a capacidade de cada segmento de uma empresa em gerar resultado, comparado com a capacidade média do setor. O ROA é uma variável binária com valor 1 se a empresa apresenta retorno sobre o ativo acima da média do setor; 0, em caso contrário. A variável SEG equivale ao número de segmentos apresentados nas demonstrações de cada empresa. A variável TAM representa o tamanho da empresa e é resultante do logaritmo do ativo total da empresa.

A Equação 3 será testada por meio de regressão logística para dados em painel.

5. Resultados

No Gráfico 1, são ilustrados os tipos de segmentos divulgados pelas companhias abertas da amostra. Em 83% dos casos, as informações por segmento foram divulgadas por linha de negócio, em 6% por região geográfica e 3% utilizaram como critério tanto a atuação geográfica quanto a linha de negócio. Em 8% dos casos, em algum dos períodos analisados, a empresa não fez a divulgação das informações por segmento, por entender que a empresa utiliza apenas um segmento. Esses resultados são semelhantes aos apresentados por Schvirck, Lunkes e Gasparetto (2012) e Nichols, Street e Cereola (2012), para empresas brasileiras e europeias, respectivamente.

Gráfico 1: Tipos de segmentos divulgados pelas empresas



Fonte: Elaboração própria.

A maioria das empresas da amostra, conforme exposto na Tabela 1, está segmentada em 2, 3 e 4 segmentos, representando 24,12%, 30,65% e 26,13% respectivamente (total de 80,9% da amostra analisada), corroborando as pesquisas de Nichols, Street e Cereola (2012) e Schvirck, Lunkes e Gasparetto (2012).

Tabela 1: Número de segmentos divulgados.

Número de segmentos	% das empresas da Amostra
Um segmento	0,50%
Dois segmentos	24,12%
Três segmentos	30,65%
Quatro segmentos	26,13%
Cinco segmentos	10,55%
Seis segmentos	6,03%
Dez segmentos	2,01%

Fonte: Elaboração própria.

A Tabela 2 ilustra o tipo e o número de segmentos divulgados por setor de atuação das empresas que constam na amostra.

Tabela 2: Definição de segmentos segregada por setores

Setor	Definição de segmentos			Divisão de Segmentos
	Geográfico	Linha de negócios	Ambos	
Alimentos e Bebidas	1	4		2 a 5
Comércio		4		2 a 4
Construção		5		1 a 6
Energia Elétrica		6		4 a 6
Mineração		1		5
Outros	1	7		2 a 4
Papel e Celulose		3		2
Petróleo e Gás		1		5
Química		2		4 e 5
Siderur&Metalur	2	2		3, 4 e 6
Telecomunicações		1		3
Transporte Serviços		3	1	2 a 5
Veículos e peças		1	1	2, 4 e 6
Total	4	40	2	

Fonte: Elaboração própria.

O baixo número de empresas em cada segmento dificultou a análise dessa tabela. Porém, é possível identificar, por exemplo, no setor de Alimentos e Bebidas, que apenas uma empresa apresentou os segmentos por região geográfica, enquanto a maioria optou por linha de negócios. Isso pode sugerir pesquisas sobre o isomorfismo na divulgação de informações por segmento.

Na Tabela 3, é apresentado o índice de evidência calculado entre os anos de 2010 e 2013, para cada companhia aberta componente da amostra. O índice de evidência por empresa variou entre 26% (AllAmerLat; Hipermercados e ItauUnibanco) e 89%

(Ambev S/A; Ecorodovias; Energias BR; L. Americanas e Marcopolo). A média no índice de evidenciação para os anos de 2010 a 2013 foi de 63%, ou seja, as empresas não estão divulgando, de maneira completa, os itens que devem ser revelados, de acordo com o CPC 22.

Tabela 3: Índice de evidenciação por empresa

Empresa	% Evid	Empresa	% Evid	Empresa	% Evid	Empresa	% Evid
AllAmerLat	26%	Braskem	47%	Klabin S/A	67%	P.Acucar	82%
Hypermarcas	26%	Eletrobras	47%	Marfrig	71%	Copel	84%
BRF SA	37%	Embraer	47%	Oi	74%	CyrelaRealt	84%
Duralex	37%	Vale	47%	Cosan	76%	PDG Realt	84%
JBS	37%	Kroton	53%	CPFL	79%	Petrobras	84%
Suzano Papel	37%	Souza Cruz	53%	Gerdau	79%	Localiza	86%
Fibra	39%	Ultrapar	53%	Gerdau Met	79%	Ambev S/A	89%
Even	42%	Cemig	58%	Gol	79%	Ecorodovias	89%
Sabesp	42%	Natura	58%	Light S/A	79%	Energias BR	89%
Sid Nacional	42%	CCR SA	63%	MRV	79%	L. Americ	89%
Lojas Renner	45%	USinas	63%	Qualicorp	79%	Marcopolo	89%
BR Malls Par	46%	Gafisa	67%	Média de evidenciação no período		63%	

Fonte: Elaboração própria.

Na Tabela 4, é exposto o índice de evidenciação médio por setor. As empresas que mais demonstraram são do setor de petróleo e gás (índice de evidenciação de 84%), seguidas do setor de telecomunicações (índice de evidenciação de 74%). Observa-se que as companhias de setores regulados (por exemplo, telecomunicações e energia elétrica) mostraram maiores índices de evidenciação. Talvez o enforcement da regulação seja uma variável relevante na divulgação de informações por segmento, o que pode ser objeto de estudo para pesquisas futuras.

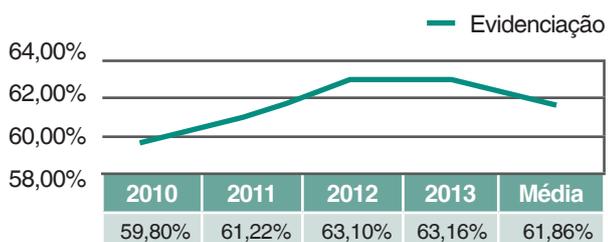
Tabela 4: Índice de evidenciação por setor

Setor	Qtd. Empresas	% Evid	Setor	Qtd. Empresas	% Evid
Alimentos e Bebidas	5	59%	Petróleo e Gás	1	84%
Comércio	4	68%	Química	2	50%
Construção	5	68%	Siderur&Metalur	4	64%
Energia Elétrica	6	73%	Telecomunicações	1	74%
Mineração	1	58%	Transp. Serviços	4	56%
Outros	8	52%	Veículos e peças	2	68%
Papel e Celulose	3	49%			

Fonte: Elaboração própria.

Durante os anos em que a amostra foi analisada, o nível de evidenciação das demonstrações financeiras por segmento foi crescendo: 59,8% em 2010 e 63,16% em 2013 (GRÁFICO 2). Esse resultado pode sugerir uma curva de aprendizagem na aplicação do CPC 22. Essa decorrência é contrária àquela encontrada por Nichols, Street e Cereola (2012) para empresas europeias, principalmente, no que se refere à divulgação de passivos.

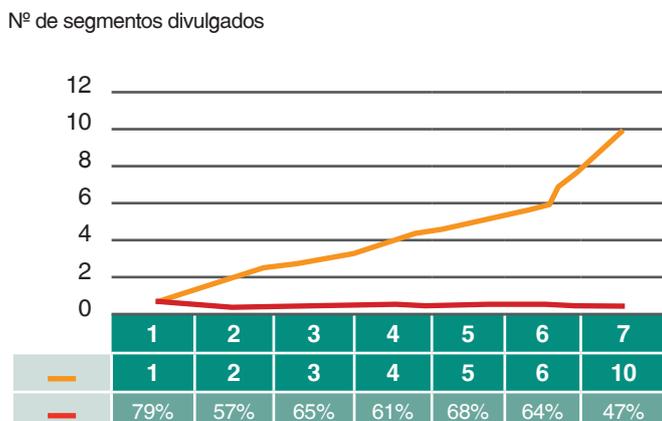
Gráfico 2: Índice de evidenciação por ano



Fonte: Elaboração própria.

Analisando o índice de evidenciação de acordo com número de segmentos divulgados pelas companhias no Gráfico 3, os resultados indicam que, à medida que o número de segmentos divulgados aumenta, o nível de evidenciação diminui: 79% com 1 segmento e 47% com 10 segmentos. Isso pode sugerir a capacidade dos gestores em esconder o sucesso de linhas específicas de negócios, visto que, quando o gestor divulga mais segmentos em suas demonstrações, o nível de evidenciação de uma provável linha de negócio lucrativa é ruim e, quando ele divulga um número menor de segmentos, o nível de evidenciação é bom, mas a linha de negócio lucrativa pode não estar evidenciada de maneira separada.

Gráfico 3: Índice de evidenciação por número de segmentos divulgados



Fonte: Elaboração própria.

Na Tabela 5, é apresentado o índice de evidenciação por item que deve ser revelado, conforme exposto no CPC 22. O item mais evidenciado por todas as empresas da amostra é a conciliação da receita, com 92,13%; o destaque negativo fica para as receitas provenientes de clientes no exterior, com 5,56%. Os resultados desta tabela permitem destacar, também, que as empresas buscaram revelar, em sua grande maioria, as receitas de qualquer natureza, as despesas financeiras e o lucro líquido.

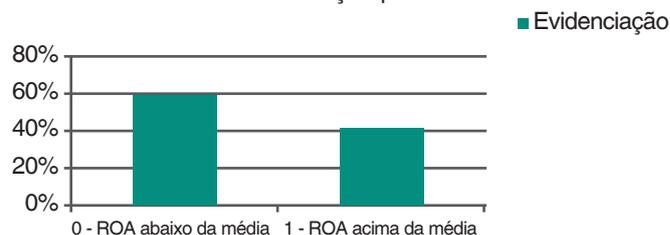
Tabela 5: Índice de evidenciação por item que deve ser evidenciado no relatório

Itens que devem ser evidenciados	Evid	Itens que devem ser evidenciados	Evid
Ativo	61,57%	EBIT	56,48%
Conciliação da Receita	92,13%	Informações Principais Clientes	7,41%
Conciliação do Ativo	59,72%	IR/CSLL	49,07%
Conciliação do Lucro Líquido	67,13%	Lucro Líquido	70,37%
Conciliação do Passivo	48,61%	Passivo	44,91%
Conciliação do Patrimônio Líquido	38,43%	Patrimônio Líquido	38,43%
Custo	61,57%	Receita Clientes	75,93%
Depreciação e amortização	56,02%	Receita Clientes Exterior	5,56%
Despesas Financeiras	70,83%	Receita Financeira	90,28%

Fonte: Elaboração própria.

No Gráfico 4, é exibido o índice de evidenciação das companhias com retorno sobre o ativo (ROA) acima da média, comparando com as empresas que expõem o retorno sobre o ativo abaixo da média. O ROA é a variável utilizada para medir o nível de competição de cada companhia.

Gráfico 4: Índice de evidenciação por ROA



Fonte: Elaboração própria.

Os resultados revelados no Gráfico 4 permitem aceitar a hipótese de pesquisa H1, pois sugere que empresas com ROA acima da média do setor de atuação (setores mais competitivos) são menos propensas a divulgar separadamente informações por segmento (menor nível de evidenciação). O desfecho está de acordo também com os resultados encontrados por Nichols e Street (2007), sugerindo que setores mais competitivos mostraram menor nível de evidenciação.

A hipótese H2 foi testada por meio da Equação 3. A estatística descritiva das variáveis categóricas é apresentada na Tabela 6. Observa-se que 52,7% das empresas da amostra exibiram o setor de atuação nas informações por segmento como o principal segmento de negócio, e 58,6% das empresas expuseram um ROA abaixo da média do setor de atuação (TABELA 6).

Tabela 6: Frequência das Variáveis Categóricas

Variável		Empresas	
		Quant.	%
SET	0 - setor de atuação não foi evidenciado como principal segmento de negócio	87	47,3
	1 - setor de atuação evidenciado como principal segmento de negócio	97	52,7
Total		184	100
ROA	0 - a empresa apresenta um retorno sobre o ativo abaixo da média do setor	108	58,6
	1 - a empresa apresenta um retorno sobre o ativo acima da média do setor	76	41,4
Total		184	100

Fonte: Elaboração própria.

Na Tabela 7, é exposta a estatística descritiva das variáveis SEG e TAM.

Tabela 7: Estatística Descritiva das Variáveis Contínuas

	SEG	TAM
Média	3,39	16,71
Mínimo	1	14
Máximo	6	20
Desvio Padrão	1,11	1,14

Fonte: Elaboração própria.

Na Tabela 8, são ilustrados os resultados da regressão logística. O teste de Hosmer and Lemeshow com valor de sig. de 0,114 sugere que não há diferenças significantes entre as frequências previstas e as observadas, ao nível de 5%. De acordo com o resultado do teste de Nagelkerke R Square, o modelo proposto apresenta um poder explicativo de 31,3%.

Tabela 8: Regressão Logística

Variável	Coefficiente	Wald	Sig
Constante	-15,293	20,317	0,000
ROA	-0,234	0,395	0,530
SEG	0,518	8,153	0,004
TAM	0,832	15,244	0,000
Número de Observações	184		
Hosmer and Lemeshow Test	12,935		
Sig.		0,114	
Nagelkerke R Square	0,313		

Fonte: Elaboração própria.

Quanto aos parâmetros da equação, apenas aqueles das variáveis SEG e TAM se mostraram significativos (estatística de Wald inferiores ao nível de significância de 5%). Assim, os resultados insinuam que, quanto maior o número de setores evidenciados nas informações por segmento (SEG) e quanto maior o tamanho da empresa (TAM), maior a probabilidade de a empresa demonstrar o setor de atuação como o principal segmento de negócio da empresa, corroborando a expectativa gerada pelo trabalho de Nichols e Street (2007), os quais confirmaram que, quanto maior a empresa, maior a probabilidade de divulgação.

No entanto, a variável ROA não apresentou parâmetro significativo. Assim, a hipótese H2 não foi aceita. Ou seja, os resultados da pesquisa não corroboram a hipótese de que as empresas são menos propensas a divulgar o setor de atuação como o principal segmento de negócio quando o retorno sobre o ativo (ROA) excede a média do setor de atuação da empresa (setores mais competitivos). Isso difere dos resultados encontrados por Nichols e Street

(2007), pois a variável ROA teve um parâmetro significativo para todos os anos examinados, suportando, para eles, a hipótese de que as empresas de sua amostra tendem a esconder segmentos que estão alcançando lucros superiores. Uma possível explicação para os resultados desta pesquisa é o fato de as empresas estarem evidenciando menos informações por segmento e poucos segmentos sem a necessidade de esconder o setor principal de atuação.

6. Considerações Finais

Este artigo tem por objetivo analisar a relação entre o nível de competitividade entre as companhias abertas brasileiras e a escolha dos gestores quanto ao nível de evidênciação das informações por segmento. A amostra deste estudo envolve 46 empresas listadas no índice Ibovespa durante os anos de 2010 a 2013.

Os resultados do estudo sugerem que, em média, as empresas divulgam, significativamente, mais segmentos por linha de negócios. A maioria das companhias examinadas apresentam entre 2 e 4 segmentos. O índice de evidênciação no período de estudo é de 63%, abaixo do mínimo estabelecido no CPC 22. Porém, percebeu-se aumento no número médio de itens demonstrados ao longo do horizonte temporal de estudo, sugerindo uma curva de aprendizagem na aplicação do pronunciamento. Além disso, empresas com ROA acima da média (setores mais competitivos) ofereceram menor nível de evidênciação de informações por segmento, corroborando a hipótese de estudo de que empresas que atuam em setores mais competitivos estão menos propensas a revelar informações por segmento para evitar custos de competitividade.

A variável ROA não se mostrou significativa na determinação das empresas quanto a evidenciar o setor de atuação como o principal segmento de negócio. Infere-se que, uma vez que as empresas divulgam de 2 a 4 segmentos apenas e anunciam informações abaixo do mínimo estabelecido no CPC 22, elas não se preocupam em não espalhar o setor de atuação como o principal segmento de negócio. Esse resultado pode ser objeto de aprofundamento em pesquisas futuras.

As principais limitações do estudo são o tamanho da amostra e o período de estudo. Para pesquisas futuras, sugere-se aumentar o período e a amostra, além de pesquisar a relação entre a divulgação de informações por segmento e a curva de aprendizagem, o isomorfismo, a teoria institucional e a regulação.

Referências

- ALBRECHT, W. B.; CHIPALKATTI, N. New segment reporting. CPA Journal. May, 1998.
- BOTOSAN, C.A.; STANFORD, M. Managers' motives to withhold segment disclosures and the effect of SFAS No. 131 on Analysts' information environment. The Accounting Review, v. 80, n. 3, p. 751-771, 2005.
- CPC – Comitê de Pronunciamentos Contábeis. Pronunciamento técnico CPC 22: Informações por segmento. 2010. Disponível em: < <http://www.cpc.org.br/CPC/Documentos-Emitidos/Pronunciamentos/Pronunciamento>>. Acesso em: 24 mai. 2015.
- CRAWFORD, L.; HELIAR, C.; POWER, D. Politics or accounting principles: Why was IFRS 8 so controversial Centre for Business Performance – ICAEW, London, 2010.
- DELOITTE. International Financial Reporting Standards IFRS 8 - Operating Segments: a disclosure checklist. February 2007. Disponível em: <http://www.iasplus.com/en/binary/fs/0702ifrs8checklist.pdf>. Acesso em: 03 ago. 2015.
- DELOITTE. Annual improvements — 2010-2012 cycle. Disponível em: <http://www.iasplus.com/en/projects/completed/aip/annual-improvements-2010-2012>. Acesso em: 03 ago. 2015.
- GARRISON, R.; NOREEN, E.; BREWER, P. Contabilidade Gerencial. 11. ed. Rio de Janeiro: LTC, 2007.
- HARRIS, M. S. A associação entre a concorrência e as decisões de relato por segmentos de negócios dos gestores. Revista de Pesquisas Contábeis, v. 36, n.1, p.111-128, 1998.
- HENDRIKSENH, E. S.; VAN BRENDA, M. F. Teoria da contabilidade. São Paulo: Atlas, 1999.
- IASB, International Accounting Standards Board. IFRS 8 - Operating Segments, 2007.

- IUDICIBUS, S. Teoria da contabilidade. 7 ed. São Paulo: Atlas, 2004.
- IUDICIBUS, S.; MARTINS, E.; GELBCKE, E. R.; SANTOS, A. Manual de contabilidade societária – aplicável a todas as sociedades de acordo com as normas internacionais e do CPC. São Paulo. Atlas, 2010.
- LOPES, A. B.; MARTINS, E. Teoria da contabilidade – uma nova abordagem. São Paulo, Atlas, 2005.
- NICHOLS, N. B.; STREET, D. L. The relationship between competition and business segment reporting decisions under the management approach of IAS 14 Revised. *Journal of International Accounting Auditing & Taxation*, v. 16, n. 1, p. 51-68, 2007.
- NICHOLS, N. B.; STREET, D. L.; CEREOLA, S. J. An analysis of the impact of adopting IFRS 8 on the segment disclosures of European blue chip companies. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, v. 21, n. 1, p. 79-105, 2012.
- PAULO, E. 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, E.; LUNKES, R. J.; GASPARETTO, V. Divulgação de informações por segmento: Panorama da aplicação do CPC 22. *Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade*, v.7, n.2, p. 131-146, 2013.
- TALHA, M.; SALLEHUDDIN, A.; MOHAMMAD, J. 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, F. 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*. São Paulo, 2011.
- VERRECCHIA, R. E. Essays on disclosure. *Journal of Accounting and Economics*, v. 32, n. 1-3, p. 97-18, 2001.

Índice de títulos

	ano/nº	pag.
A qualidade informacional das políticas contábeis, mudanças de estimativas e retificação de erros: uma análise nas notas explicativas das maiores empresas brasileiras	XVII / 64	14
Adesão dos balanços sociais publicados pelos CFC E CRCs das Regiões Sul e Sudeste do país à NBC T 15, na categoria de Recursos Humanos no ano de 2012	XVII / 63	04
Análise Bibliométrica dos Artigos Publicados como Estudos Bibliométricos na História do Congresso Brasileiro de Custos	XVII / 62	04
Análise da relação entre a divulgação de informações por segmento e a competitividade	XVII / 64	56
Análise dos Custos Envolvidos na Construção de Unidades Habitacionais Vinculadas ao Programa Minha Casa Minha Vida (PMCMV): Estudo de um Empreendimento Imobiliário na Região Metropolitana da Capital do Estado do Rio Grande do Sul	XVII / 62	34
Avaliação dos ativos intangíveis no setor de construção civil brasileiro: Um estudo documental	XVII / 63	12
Disclosure Obrigatório de Ativos Intangíveis das Companhias Listadas nos Níveis de Governança Corporativa da Bm&FBovespa	XVII / 62	45
Gestão dos Riscos de Inadimplência dos Tomadores de Crédito: Um Estudo em uma Cooperativa de Crédito	XVII / 62	55
<i>Heritage assets</i> no Brasil: um estudo de caso sobre a Ilha Fiscal	XVII / 64	23
Moeda funcional, uma abordagem conceitual e interpretativa para investidores e gestores financeiros	XVII / 63	22
Mudança no processo orçamentário: estudo de caso numa empresa de comunicação do Rio Grande do Sul	XVII / 63	31
O Impacto do Câmbio nas Ações das Empresas Brasileiras Internacionalizadas	XVII / 62	14
O Que Estudantes de Contabilidade “Pensam” Sobre O Resultado Abrangente?	XVII / 64	04
O Sistema de Consulta do Site do TJMG como Evidenciação das Metodologias de Avaliação de Empresas nos Procedimentos de Apuração de Haveres	XVII / 62	24
Os impactos da assimilação da Norma Internacional de Relatório Financeiro (IFRS 15), que trata do reconhecimento das receitas de contratos com os clientes, e seus efeitos assimétricos nas demonstrações financeiras das empresas brasileiras	XVII / 64	48
Prestação de contas por entidades do terceiro setor e seus impactos na obtenção de recursos: um olhar sobre o comportamento dos doadores individuais	XVII / 64	39
Relacionamento e desempenho: Estudo bibliométrico e sociométrico da produção científica do programa de pós-graduação em Contabilidade da UFSC	XVII / 63	41
Retornos anormais versus criação de valor e Sinergias operacionais de firmas brasileiras envolvidas em combinações de negócios	XVII / 64	30
Utilidad para el Control de Gestión de la Transferencia de Conocimiento desde las Relaciones Universidad-Empresa	XVII / 63	52