

**UNIVERSIDADE ESTADUAL DA PARAÍBA**  
**CAMPUS I – CAMPINA GRANDE - PB**  
**CENTRO DE CIÊNCIAS SOCIAIS APLICADAS**  
**CURSO DE BACHARELADO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS**

**INFORMAÇÕES POR SEGMENTOS: Um estudo nas entidades do setor de consumo  
listadas na BM&FBOVESPA no período de 2009 a 2013**

**Ana Gabriela de Azevedo Oliveira**

**CAMPINA GRANDE - PB**

**2014**

**ANA GABRIELA DE AZEVEDO OLIVEIRA**

**INFORMAÇÕES POR SEGMENTOS: Um estudo nas entidades do setor de consumo listadas na BM&FBOVESPA no período de 2009 a 2013**

Trabalho de Conclusão de Curso – TCC apresentado ao Departamento do Curso de Ciências Contábeis, da Universidade Estadual da Paraíba, como requisito parcial à obtenção do grau de Bacharel em Ciências Contábeis.

Orientadora: MSc. Karla Roberta Castro Pinheiro Alves

**CAMPINA GRANDE - PB  
2014**

É expressamente proibida a comercialização deste documento, tanto na forma impressa como eletrônica. Sua reprodução total ou parcial é permitida exclusivamente para fins acadêmicos e científicos, desde que na reprodução figure a identificação do autor, título, instituição e ano da dissertação.

O48i Oliveira, Ana Gabriela de Azevedo

Informações por segmentos [manuscrito] : um estudo nas entidades do setor de consumo listadas na BM&FBOVESPA no período de 2009 a 2013 / Ana Gabriela de Azevedo Oliveira. - 2014.

18 p. : il. color.

Digitado.

Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação em Ciências Contábeis) - Universidade Estadual da Paraíba, Centro de Ciências Sociais Aplicadas, 2014.

"Orientação: Profa. Ma. Karla Roberta Castro Pinheiro Alves, Departamento de Contabilidade".

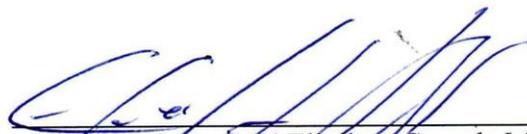
1. Informações por segmentos. 2. CPC 22. 3. Transparência de informações. 4. Setor de consumo cíclico I. Título.

21. ed. CDD 658.151 1

**ANA GABRIELA DE AZEVEDO OLIVEIRA**

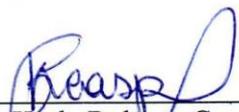
**INFORMAÇÕES POR SEGMENTOS: Um estudo nas entidades do setor de consumo listadas na BM&FBOVESPA no período de 2009 a 2013.**

Este Trabalho de Conclusão de Curso – TCC foi julgado adequado para obtenção do título de bacharel em Ciências Contábeis, sendo aprovado em sua forma final.



Professor Msc. José Edmilton Cruz de Menezes  
Coordenador do Trabalho de Conclusão de Curso

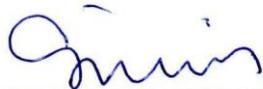
Professores que compuseram a banca:



Prof. MSc. Karla Roberta Castro Pinheiro Alves  
Departamento de Contabilidade – UEPB  
Orientadora



Prof. Msc. José Edmilton Cruz de Menezes  
Departamento de Contabilidade – UEPB  
Membro



Prof. Esp Vânia Vilma Nunes Teixeira  
Departamento de Contabilidade – UEPB  
Membro

**Campina Grande - PB, 02 de Dezembro de 2014.**

OLIVEIRA, Ana Gabriela de Azevedo. **INFORMAÇÕES POR SEGMENTOS: Um estudo nas entidades do setor de consumo listadas na BM&FBOVESPA no período de 2009 a 2013.** 2014. 18 fls. Trabalho de conclusão de curso – Curso de Ciências Contábeis, Universidade Estadual da Paraíba, Campina Grande, 2014.

## RESUMO

Com a diversificação dos mercados, as empresas passaram a atuar em diversos segmentos. Essa diversificação trouxe a necessidade de transparência das informações prestadas. Para que os usuários pudessem compreender o papel de cada segmento na entidade, foi emitido o CPC 22 – Informações por Segmentos, em correlação com a IFRS 8. O objetivo deste estudo é verificar o nível de transparência na evidenciação das informações segmentadas elaboradas pelas entidades do setor de consumo cíclico listadas na BM&FBovespa no período de 2009 a 2013. Para isso foram verificadas as notas explicativas de doze empresas. A pesquisa é classificada como descritiva, documental, bibliográfica e quali-quantitativa. Tendo como base para análise as notas explicativas das entidades do setor de consumo cíclico listada na BM&FBovespa no período de 2009 a 2013. Os resultados da pesquisa mostraram que durante o período avaliado não houve crescimento significativo da evidenciação das informações segmentadas, mostrou também que a utilização do CPC 22 pelas entidades ainda não é feita de forma correta, pois as entidades estudadas ainda não seguem o pronunciamento em sua totalidade. O estudo buscou contribuir para o desenvolvimento do tema, demonstrando as informações segmentadas como uma importante ferramenta gerencial.

**Palavras-Chave:** Informações por segmentos; CPC 22; Transparência; Setor de Consumo Cíclico.

## 1. INTRODUÇÃO

Com a globalização dos mercados, as empresas e organizações foram percebendo as necessidades inerentes ao controle de suas atividades e processos. Estas necessidades foram evidenciadas mais fortemente à medida que as operações e seus processos tornaram-se mais completos e, por conseguinte, mais complexos. (Schlotefeldt, 2012)

Com o aumento da competitividade e a diversificação do mercado, as empresas passaram a atuar em diversos segmentos para conseguirem se manter ativas. Dixon e Smith (1993 *apud* Schvirck, 2013) argumentam que, para se manter competitiva, a empresa, continuamente, deve analisar o ambiente para assegurar que não seja um alvo fácil a seus concorrentes, e que esteja preparada para futuras mudanças no mercado. Uma vez que passam atuar em uma atividade divergente de sua principal, a entidade deve utilizar mecanismos e procedimentos para gerar as informações financeiras de modo que os usuários possam compreender o papel de cada segmento no resultado obtido.

Hansen e Mowen *apud* Cruz *et. al* 2011, enfatizam a necessidade os gestores possuem a cerca de uma informação mais analítica por segmento operacional para elaborar projeções, e auxiliar na tomada de decisão de continuidade operacional e nível de financiamento das entidades

Em decorrência da atuação das empresas em vários ramos de negócios e localidades distintas, fruto de fusões e aquisições estratégicas ou em função de outras oportunidades de expansão, a transparência das atividades empresariais fica prejudicada, já que as informações contábeis são geralmente divulgadas de forma consolidada pela empresa controladora. Nessas circunstâncias, a divulgação de informações segmentadas assume relevância ao melhorar a transparência dos negócios, evidenciando aspectos que não seriam possíveis apenas através das demonstrações consolidadas. (Padoveze *apud* Costa 2011)

Para atender a necessidade de informação e transparência, foi emitida em novembro de 2006 a IFRS 8 – Segmentos Operacionais, emitida pela IASB- International Accounting Standards Board, que diz que “Uma entidade divulgará informações para permitir que os usuários de suas demonstrações financeiras avaliem a natureza e os efeitos financeiros das atividades de negócio nas quais se envolve e os ambientes econômicos em que opera.” Seguindo as premissas das Normas Internacionais de Contabilidade, no Brasil, em junho de 2009, foi deliberado pela Comissão de Valores Mobiliários - CVM nº 582, o pronunciamento de número 22 – Informações por Segmentos, em correlação com a IFRS 8. Pelo Comitê de Pronunciamentos Contábeis, foi emitido o CPC 22 – Informações por Segmentos, diz que “a entidade deve divulgar informações que permitam aos usuários das demonstrações contábeis avaliarem a natureza e os efeitos financeiros das atividades de negócio nos quais está envolvida e os ambientes econômicos em que opera”.

Para Schvirck (2014) a divulgação de informações por segmentos, além de agregar valor às demonstrações contábeis, permite aos usuários externos um melhor conhecimento da estrutura de gestão da entidade e do desenvolvimento operacional da mesma, como por exemplo, a identificação das margens de lucro de cada um de seus segmentos. Sob essa ótica, embasada na Teoria de Agência, a divulgação de informações por segmentos operacionais constitui-se numa importante ferramenta para a redução da assimetria informacional, permitindo que os usuários externos tenham acesso aos mesmos dados que são utilizados internamente na condução das atividades e na tomada de decisões. (Souza, 2013)

A divulgação deste tipo de informação pelas empresas, a qual é baseada numa abordagem gerencial (*management approach*), é de grande relevância para o mercado financeiro e de capitais já que permite aos investidores tomarem decisões, munidos de

informações mais detalhadas acerca de como os negócios são administrados. (SILVA *et.al* 2012). As informações por segmentos tornam-se mais uma ferramenta para os usuários avaliarem as instituições as quais tem interesses.

Neste sentido a pesquisa busca responder a seguinte problemática: Qual o nível de transparência na evidenciação das informações por segmentos das entidades do setor de consumo cíclico listadas na BM&FBOVESPA no período de 2009 a 2013?

A pesquisa teve como objetivo verificar o nível de transparência na evidenciação das informações segmentadas elaboradas pelas entidades do setor de consumo cíclico listadas na BM&FBOVESPA no período de 2009 a 2013. Para atingir tal objetivo, fez-se necessário ainda:

- Apresentar as diretrizes necessárias para a divulgação das informações segmentadas, um estudo sob a luz do CPC 22;
- Disseminar a importância da implantação das informações por segmentos no processo de gestão empresarial, uma análise na ótica da Teoria da Agência; e,
- Verificar o nível de transparência na evidenciação das informações por segmentos das entidades do setor de consumo cíclico que são do segmento de tecidos, vestuários e calçados, listadas na BM&FBOVESPA no período de 2009 a 2013.

A pesquisa tende a contribuir ao estudo do tema no Brasil, tendo em vista que ainda é um assunto pouco abordado e que são informações que repercutem diretamente nas decisões a serem tomadas, pois se trata de uma abordagem gerencial e que transparece a estrutura real da entidade. As informações por segmentos são uma importante ferramenta principalmente para os usuários externos, pois possibilitam que sejam feitos diagnósticos gerenciais nas empresas, permitindo assim a discussão de futuros resultados, sejam eles positivos ou negativos.

## **2. Referencial Teórico**

### **2.1 CPC 22 – Informações por Segmentos**

O CPC 22 tornou-se obrigatório a todas as empresas que tem o capital aberto ou que pretendem abrir o capital na Bolsa de Valores a partir do exercício de 2010. Porém, não é vedada a nenhuma entidade a emissão de informações segmentadas.

Segmentos operacionais são componentes da entidade que são capazes de gerar receitas e incorrer despesas e que tenham seus resultados conferidos por um gestor de operações da entidade. Esses segmentos devem ser evidenciados separadamente a fim de constituírem uma informação confiável para os usuários, devendo demonstrar os resultados de cada segmento e a sua representatividade no montante da controlada/controladora.

Segundo o Pronunciamento um segmento operacional é um componente da entidade do qual: (i) se obtenha receita e se incorram despesas; (ii) que tenham seus resultados revistos pelo principal gestor operacional da entidade; e, (iii) que haja informações financeiras individualizadas disponíveis. Segundo Schvirck (2014), um segmento representa uma parte ou atividade da organização a respeito da qual os administradores gostariam de ter dados de custo, receita ou lucro.

Garrison, Noreen e Brewer (*apud* Schvirck *et. al*, 2013, p. 135) definem um segmento como uma parte ou atividade da organização a respeito da qual os administradores gostariam de ter dados de custo, receita ou lucro.

Vale salientar que o CPC 22 diz em seu item 6, que:

Nem todas as partes da entidade constituem, necessariamente, segmento operacional ou parte de segmento operacional. Por exemplo, a sede corporativa ou alguns departamentos funcionais podem não obter receitas ou podem obter receitas que sejam apenas ocasionais em relação às atividades da entidade e não são segmentos operacionais. Para fins deste Pronunciamento, os planos de benefícios pós-emprego de entidade não constituem segmentos operacionais.

A forma como a entidade é gerida influencia na definição dos seus segmentos, bem como os tipos de mercados que atende, dificultando assim, um formato padrão para definição nestas empresas. O CPC prevê em seu item 25, que as informações sejam relatadas com uma abordagem gerencial, para que os usuários externos utilizem as mesmas bases internas para a tomada de decisão.

O pronunciamento permite que os segmentos se agrupem desde que possuam algumas características semelhantes. O referido pronunciamento diz que:

Dois ou mais segmentos operacionais podem ser agregados em um único segmento operacional se a agregação for compatível com o princípio básico deste Pronunciamento, se os segmentos tiverem características econômicas semelhantes e se forem semelhantes em relação a cada um dos seguintes aspectos:

- a) Natureza dos produtos ou serviços;
- b) Natureza dos processos de produção;
- c) Tipo ou categoria de clientes dos seus produtos e serviços;

- d) Métodos usados para distribuir os seus produtos ou prestar os serviços; e
- e) *Se aplicável, a natureza do ambiente regulatório, por exemplo, bancos, seguros ou serviços de utilidade pública.* Item 12 CPC 22 – Informações por Segmentos

Os segmentos serão divulgáveis se atingirem a padrões quantitativos mínimos, porém não é vedada a divulgação dos segmentos que não preencherem esse requisito, desde que a administração julgue que o relatório influenciará na decisão dos usuários. Podendo também, o gestor, unir informações de segmentos que não atinjam os parâmetros necessários - desde que estes atendam aos critérios supracitados, para produzir um segmento divulgável. As informações sobre os segmentos não divulgáveis e outras atividades da entidade, devem constar no relatório como “outros segmentos”, indicando as fontes das receitas.

Os critérios para divulgação de segmentos, conforme o CPC 22 – Informações por Segmentos são: (i) receita reconhecida igual ou superior a 10% da receita combinada interna e externa de todos os segmentos operacionais; (ii) eventuais lucros e/ou prejuízos iguais ou superiores a 10% do maior lucro ou prejuízo apurado combinado de todos os segmentos operacionais que não tenham apresentado prejuízo; e (iii) ativos iguais ou superiores a 10% dos ativos combinados de todos os segmentos operacionais. O pronunciamento determina também, que, quando os montantes de receitas externas atribuídas aos segmentos resultarem em 75% da receita da entidade, os segmentos adicionais devem ser identificados como divulgáveis, até que o montante das receitas dos segmentos resulte em pelo menos 75% da receita da entidade. (CPC 22 – item 15).

O quadro 1 ilustra os passos na definições dos segmentos divulgáveis:

Quadro 1 - Parâmetros quantitativos

| SEGMENTO OPERACIONAL            | CRITÉRIO                                     | DIVULGA | PROCEDIMENTO                     |
|---------------------------------|--|---------|----------------------------------|
| Receitas Internas e Externas    | $\geq 10\%$ da Receita Total                 | SIM     | -X-                              |
| Resultado por Segmento          | $\geq 10\%$ do Resultado Consolidado         | SIM     | -X-                              |
| Ativos                          | $\geq 10\%$ dos ativos de todos os segmentos | SIM     | -X-                              |
| Receitas Externas dos Segmentos | $< 75\%$ das receitas da entidade            | NÃO     | Identificar Segmentos adicionais |

Fonte: Costa (2011)

O CPC não limita um número de segmentos divulgáveis, porém pondera que, se o número de segmentos divulgáveis ultrapassar a 10, a entidade deve observar se o limite já não tenha sido atingido.

Em linhas gerais, a ideia que está por trás da prática de divulgação de informações por segmento consiste em possibilitar que o usuário da informação contábil avalie “a natureza e os efeitos financeiros das atividades de negócio em que” a entidade “está envolvida e os ambientes econômicos em que opera”. (CRUZ *et. al.*2011)

As informações exigidas pelo CPC em seu item 21 para a divulgação dos segmentos operacionais são:

- os critérios de identificação dos segmentos;
- os tipos de produtos e serviços que geram as receitas dos referidos segmentos;
- informações sobre o lucro ou prejuízo reconhecido dos segmentos;
- conciliações das receitas totais dos segmentos.

Nesse sentido, Schvirck (2014) explica que ao definir os segmentos que serão divulgados, a decisão das empresas municia os concorrentes com informações internas além de informar o valor da entidade ao mercado de capitais.

No que se trata de mensuração, de acordo com o CPC 22:

Se o principal gestor das operações utilizar apenas uma medida de valor do resultado, dos ativos ou dos passivos de segmento operacional na avaliação do desempenho desse segmento e na decisão de como alocar os recursos, o lucro ou o prejuízo do segmento e os seus ativos ou passivos devem ser divulgados segundo essa medida de valor. Se o principal gestor das operações utilizar mais do que uma medida de valor do resultado, dos ativos ou dos passivos do segmento operacional, as avaliações divulgadas devem ser as que a administração entende que são determinadas de acordo com os princípios de mensuração mais consistentes com os utilizados na mensuração dos montantes correspondentes nas demonstrações contábeis da entidade.

Nesse sentido a entidade deverá evidenciar os indicadores de desempenho operacional utilizados. O pronunciamento não expõe claramente que o termo EBITDA - *Earnings before interest, taxes, depreciation and amortization* (ou LAJIDA, lucro antes dos juros, impostos e amortizações), como métrica de desempenho operacional. Portanto, se a entidade utiliza o EBITDA como métrica de desempenho operacional, essa medida de valor deve ser evidenciado na nota explicativa das Informações por Segmento.

## **2.2 Informações por Segmentos e a Teoria da agência**

A contabilidade gerencial produz informações essenciais na estrutura de uma organização. A informação contábil gerada, quando utilizada pela administração para o gerenciamento e para a tomada de decisão, caracteriza a contabilidade gerencial.

Segundo Rosa e Santos (2010 p. 5) contabilidade gerencial é uma ferramenta que utiliza técnicas e procedimentos úteis à administração empresarial, visando assegurar o controle, a avaliação de desempenho e o planejamento da entidade.

Os gestores devem ser capazes de compreender os relatórios contábeis e financeiros a fim de diminuir a assimetria das informações. Essa assimetria é um problema muito comum em grandes empresas, principalmente por haver reporte de informação de gestores a acionistas. Esse conflito entre grupos de interesses corporativos é o objetivo de estudo da Teoria da Agência.

Para Hendriksen e Breda (1999) *apud* Arruda (2009) a Teoria da Agência é um modelo de tomada de decisão para mais de um indivíduo, que tem um enfoque prescritivo, embasado num modelo normativo que envolve a teoria da utilidade. Neste modelo, onde um dos indivíduos é o agente e o outro é o principal, o primeiro cumpre certas tarefas para o segundo, o qual se compromete a remunerá-lo. O principal é o avaliador das informações e o responsável pela escolha do sistema de informação e o agente assume o papel de tomador de decisão, optando pelas melhores alternativas de decisão do ponto de vista do proprietário e das informações que a eles estarão disponíveis.

A teoria da agencia busca melhorar a relação entre aquele que cumpre as tarefas e toma as decisões (o agente) e aquele que se compromete a remunerá-lo por isso (o principal). (Jensen e Meckling *apud* Arruda *et al.*2009). A teoria da agencia buscar diminuir os conflitos entres os representantes das empresas e os agentes tomadores de decisão, que na maioria das vezes é composto pelo conselho diretor da empresa e seus conselheiros, a fim de maximizar os lucros dos acionistas e consequentemente fazer com que a entidade cresça.

A segmentação das informações contábeis da entidade tende a diminuir a discrepância entre as informações prestadas pelos gestores aos acionistas, tendo em vista que possibilita um controle e uma transparência maior para aqueles que utilizam tais informações.

A segmentação é uma abordagem que tem um enfoque gerencial, pois auxilia aos acionistas e aos agentes na construção de estratégias que venham a melhorar o desempenho financeiro das empresas, traçando objetivos com base em cada especificação de segmento operacional. Proporcionando que seus acionistas decidam quais as melhores áreas de investimentos.

Neste sentido, tanto as informações por segmentos (contabilidade gerencial) quanto a Teoria da agência, buscam dar suporte aos gestores para a tomada de decisão, buscando diminuir a assimetria informacional entre investidores e gestores.

### 3. Metodologia de Pesquisa

Quanto à pesquisa, esta pode ser considerada como descritiva, pois descreve diretrizes necessárias para a divulgação das informações segmentadas das entidades do setor de consumo cíclico que são do segmento de tecidos, vestuários e calçados, listadas na BM&FBOVESPA. Trata-se de um estudo documental e bibliográfico, pois se utilizou das informações contidas nas Notas Explicativas – (NE) das demonstrações financeiras de cada entidade estudada no período de 2009 a 2013, que foram obtidas por intermédio do sítio eletrônico de cada empresa, bem como de artigos científicos, monografias, dissertações e teses a cerca do tema abordado. A pesquisa se caracteriza como quali-quantitativa, uma vez que visa verificar qual o nível de transparência na evidenciação das informações por segmentos

Foram estudadas as empresas listadas na BM&FBOVESPA no setor de consumo cíclico que são do segmento de tecidos, vestuários e calçados, vestuários e calçados. Para a operacionalização da pesquisa foram analisadas as demonstrações contábeis, em especial as Notas Explicativas de 12 companhias abertas que atuam no mercado brasileiro.

Tabela 1: População da pesquisa

| Sector de Atuação        | Subsetor                        | Segmentos                       | População |
|--------------------------|---------------------------------|---------------------------------|-----------|
| Consumo Cíclico          | Tecidos, vestuários e calçados. | Tecidos, vestuários e calçados. | 7         |
|                          |                                 | Vestuário                       | 1         |
|                          |                                 | Calçados                        | 4         |
| <b>Total de empresas</b> |                                 |                                 | <b>12</b> |

Fonte: Dados da pesquisa

Para verificar o nível de transparência na evidenciação das informações por segmentos das entidades do setor de consumo cíclico que são do segmento de tecidos, vestuários e calçados, listadas na BM&FBOVESPA, foi aplicado um *check list* de acordo com as diretrizes do CPC 22:

**Quadro 2:** Itens de evidenciação das informações por segmento

| CATEGORIA | CPC 22                   |
|-----------|--------------------------|
| 1         | Motivo da não publicação |

|    |   |
|----|---|
| 2  | Gestor principal da operação                                  |
| 3  | Composição do segmento operacional                            |
| 4  | Adoção de unidade de negócio ou região geográfica             |
| 5  | Quantidade de segmentos operacionais                          |
| 6  | Método de agregação de segmentos                              |
| 7  | Base comparativa  |
| 8  | Receitas por segmento   |
| 9  | Custos por segmento   |
| 10 | Despesas por segmento   |
| 11 | Resultado Operacional por segmento                            |
| 12 | Lucro/ Prejuízo do Exercício por segmento                     |
| 13 | Ebitda por segmento   |
| 14 | Ativos por segmento   |
| 15 | Passivos por segmento   |
| 16 | Montante de investimentos por segmento                        |
| 17 | Conciliação entre Contabilidade Financeira e Gerencial        |
| 18 | Detalhe por representatividade de clientes                    |
| 19 | Clientes com representatividade maior de 10% da receita total |

Fonte: Adaptado de AILLÓN *et. al.* 2013.

O modelo utilizado é composto por 19 itens que são exigidos pelo CPC 22 em seu pronunciamento. Para análise do conteúdo foi utilizado uma tabela de frequência de divulgação, onde as empresas são analisadas por cada item evidenciado. Cada item é correspondente a uma exigência feita pelo CPC em seu pronunciamento.

#### 4. Análise dos dados

O estudo se propôs a verificar o nível de transparência na evidenciação das informações por segmentos das entidades do setor de consumo cíclico que são do segmento de tecidos, vestuários e calçados, listadas na BM&FBOVESPA.

Para isso foram analisadas as informações contidas nas Notas Explicativas das Demonstrações Contábeis de cada uma das empresas estudadas no período de 2009 a 2013. Com base nos relatórios fornecidos nos sítios das entidades e da própria BM&FBovespa, pode-se verificar se houve uma evolução no que diz respeito à divulgação de informações por segmentos.

Tabela 2: Critérios de divulgação do CPC 22 – Informações por segmentos

| <b>Categoria CPC 22</b> |   | <b>2009</b> | <b>2010</b> | <b>2011</b> | <b>2012</b> | <b>2013</b> |
|-------------------------|---|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|
| <b>1</b>                | Motivo da não publicação  | 0           | 1           | 1           | 1           | 1           |
| <b>2</b>                | Informação sobre o gestor principal da operação                           | 0           | 7           | 7           | 7           | 6           |
| <b>3</b>                | Composição do segmento operacional  | 1           | 10          | 10          | 9           | 10          |
| <b>4</b>                | Adoção de unidade de negócio ou região geográfica                         | 2           | 11          | 11          | 10          | 11          |
| <b>5</b>                | Quantidade de segmentos operacionais                                      | 1           | 11          | 10          | 9           | 10          |
| <b>6</b>                | Método de agregação de segmentos  | 0           | 8           | 8           | 7           | 8           |
| <b>7</b>                | Base comparativa  | 0           | 9           | 9           | 8           | 8           |
| <b>8</b>                | Receitas por segmento   | 2           | 9           | 9           | 8           | 9           |
| <b>9</b>                | Custos por segmento   | 0           | 4           | 3           | 3           | 3           |
| <b>10</b>               | Despesas por segmento   | 0           | 4           | 3           | 2           | 2           |
| <b>11</b>               | Resultado Operacional por segmento  | 0           | 4           | 3           | 3           | 4           |
| <b>12</b>               | Lucro/ Prejuízo do Exercício por segmento                                 | 0           | 4           | 4           | 4           | 5           |
| <b>13</b>               | Ebitda por segmento   | 0           | 1           | 1           | 0           | 0           |
| <b>14</b>               | Ativos por segmento   | 0           | 6           | 6           | 5           | 6           |
| <b>15</b>               | Passivos por segmento   | 0           | 3           | 3           | 3           | 3           |
| <b>16</b>               | Montante de investimentos por segmento                                    | 0           | 0           | 0           | 0           | 0           |
| <b>17</b>               | Conciliação entre Contabilidade Financeira e Gerencial                    | 0           | 7           | 8           | 9           | 7           |
| <b>18</b>               | Detalhe por representatividade de clientes                                | 0           | 2           | 2           | 3           | 2           |
| <b>19</b>               | Representatividade de clientes que compunham mais de 10% da receita total | 0           | 4           | 4           | 5           | 5           |

Fonte: Dados da pesquisa

A tabela 2 traz uma análise ano a ano das doze empresas estudadas durante o período de cinco anos analisados. No item 1 da tabela, verificou-se que apenas uma entidade, durante o período de exigência desta informação, trouxe em seus relatórios o motivo da não publicação. No caso em questão a entidade justifica que opera sob um único segmento operacional. Quando a entidade não obtiver informações segmentadas, deverá informar em suas demonstrações financeiras o motivo da não publicação da mesma.

O item 2 da tabela 2, o ano de 2009 por não haver exigência de divulgação pelo CPC, nenhuma das 12 empresas estudadas apresentou informação sobre o gestor principal da operação. Durante os anos de 2010 a 2012, apenas sete empresas identificaram em seus relatórios quem seria o principal gestor, em 2013 esse número caiu para seis.

A evidenciação da composição dos segmentos operacionais foi apresentada por apenas uma das doze empresas analisadas no ano de 2009. Nos anos seguintes, dez das doze empresas estudadas apresentaram a composição dos segmentos, com exceção do ano de 2012, onde o número de empresas que divulgaram esta informação caiu para nove.

O item 4 da tabela foi evidenciado durante todo o período estudado. Em 2009, duas empresas já identificam em seus relatórios a adoção por unidade de negócio ou por região

geográfica. Nos anos seguintes, 11 empresas divulgavam essa informação, com exceção de 2012, onde este número caiu para 10.

Com relação a evidenciação da quantidade de segmentos operacionais de cada entidade, em 2009 apenas uma empresa informou o número de segmentos. No ano de 2010, onze das doze empresas evidenciaram em seus relatórios o número de segmentos que cada uma opera. Em 2011, foram dez empresas, em 2012, houve uma redução e apenas nove empresas fizeram evidenciação. Em 2013 esse número voltou a ser dez.

Das doze empresas analisadas, apenas oito apresentaram informações sobre o critério de agregação de segmentos operacionais, sendo que a evidenciação se iniciou em 2010 e que no ano de 2012 apenas sete empresas trouxeram essa informação.

A base comparativa dos segmentos operacionais só foram evidenciados por nove empresas nos anos de 2010 e 2011, já nos anos de 2012 e 2013 esse número foi reduzido para oito empresas.

As receitas por segmento demonstram qual o principal segmento da entidade, tanto que em 2009, quando esta informação ainda não era exigida, duas empresas já evidenciaram em seus relatórios esta informação, nos anos seguintes esse número subiu para nove, com exceção de 2012, onde apenas oito evidenciaram.

Os critérios da tabela que tratam sobre custos, despesas e resultado operacional de cada segmento são itens que tiveram pouca evidenciação, das empresas estudadas estes itens foram citados por apenas quatro delas em 2010, este número caiu nos anos seguintes e só em 2013 conseguiu ser atingido novamente pelo critério de evidenciação de resultados operacionais.

As informações de Lucro/Prejuízo foram pouco apresentadas pelas empresas, durante o ano de 2009, por não ser obrigatória esta informação, nenhuma das empresas estudadas evidenciou em seus relatórios este critério. De 2010 a 2012, quatro empresas seguiram apresentando essa informação, já em 2013 este número subiu para cinco.

O EBITDA - Earning Before Interests, Taxes, Depreciation and Amortization (ou Lajida – Lucro Antes dos Juros, Impostos, Depreciações e Amortizações) não é um item claramente exigido pelo CPC 22, porém, considerando a utilização do mesmo como indicador de desempenho operacional utilizado pelas entidades estudadas, a sua evidenciação deveria ser igualada aos demais critérios, durante o período estudado só foi apresentado em dois anos (2010 e 2011) por uma única empresa.

No ano de 2009, nenhuma das empresas evidenciou seus em seus relatórios os ativos por segmentos. Este critério de evidenciação se manteve evidenciado por 6 empresas nos anos

de 2010 a 2013, com exceção do ano de 2012, onde apenas 5 empresas evidenciaram. Os passivos só vieram ser informados no ano de 2010 por três empresas, este número se mantém até 2013.

O CPC 22 traz os investimentos por segmentos como critério de divulgação, na tabela, pode-se identificar que durante o período analisado nenhuma das doze empresas divulgou esta informação.

A conciliação da contabilidade financeira com a contabilidade gerencial foi apresentada pelas entidades só a partir da obrigatoriedade do CPC, neste ano, sete empresas, trouxeram em seus relatórios essa conciliação, em 2011 o número de empresas subiu para oito e em 2012 para nove, porém em 2013 voltou a cair para sete.

A representatividade de clientes é um item pouco abordado pelas empresas. No ano de 2009 não houve publicação para esse critério em nenhuma das empresas analisadas. Apenas duas empresas evidenciaram em seus relatórios este critério nos anos de 2010 a 2013, com exceção do ano de 2012, onde esse número foi de três empresas.

Consequentemente a representatividade de clientes que compunham mais de 10% da receita total da entidade também foi pouco divulgada pelas empresas estudadas. No ano de 2009 não houve publicação dessa informação por nenhuma empresa estudada. Em 2010 e 2011, quatro empresas trouxeram em seu relatório esta informação, já em 2012 e 2013 a evidenciação foi feita por cinco das doze empresas analisadas.

A tabela apresentada permite verificar que as empresas não seguem todos os critérios de divulgação impostos pelo pronunciamento. É possível identificar que alguns itens são evidenciados com maior frequência, por exemplo a adoção de unidade de negócio ou região geográfica, que foi o critério que obteve maior frequência de evidenciação e a composição dos segmentos operacionais das entidades. Critérios que exigem um maior nível de gerenciamento por parte das entidades para serem evidenciados, a exemplo a quantidade de investimentos por segmentos que não foi evidenciado por nenhuma entidade, podemos também citar o índice Ebitda, que só foi evidenciado por uma empresa e a representatividade de clientes, que também obteve pouca evidenciação.

Na análise das entidades, procurou verificar qual a forma que as empresas divulgaram ou não as informações por segmentos em seus relatórios contábeis. Dentre as empresas estudadas, verificamos que estas utilizam diversos critérios para a determinação de um segmento, tendo por base a análise do principal tomador de decisões de cada uma delas para realizar tal escolha.

Tabela 3: Segmentos empresariais

| Setor de Atuação         | Subsetor                       | Divisão de Segmentos | Frequência |
|--------------------------|--------------------------------|----------------------|------------|
| <b>Consumo Cíclico</b>   | Tecidos, vestuários e calçados | Marca                | 2          |
|                          |                                | Canal de vendas      | 5          |
|                          |                                | Região               | 2          |
|                          |                                | Sem informações      | 3          |
| <b>Total de Empresas</b> |                                |                      | <b>12</b>  |

Fonte: Dados da pesquisa

Através da Tabela 3, verificou-se que as entidades têm uma preferência por definirem seus segmentos operacionais por canal de vendas (tipos de produtos e/ou serviços: vestuário, concessão de crédito, etc.). Nota-se que na amostra escolhida,  $\frac{1}{4}$  das empresas não definem segmentos, isso ocorre porque o principal tomador de decisões da entidade justifica que a empresa só opera em um único segmento e que não há distinção por marcas ou regiões de atuação.

## 5. Considerações finais

A pesquisa buscou responder qual o nível de transparência na evidenciação das informações por segmentos das entidades do setor de consumo cíclico que são do segmento de tecidos, vestuários e calçados, listadas na BM&FBovespa. Para isso, fez-se necessário analisar as demonstrações financeiras das entidades e suas respectivas notas explicativas sobre as informações por segmentos nos anos de 2009 a 2013.

A pesquisa possibilitou a constatação que as empresas não seguem um padrão para definirem seus segmentos e que estes estão sendo divulgados de acordo com a estratégia gerencial da entidade, podendo ser por canal de vendas, por marca e/ou por região e por esse motivo dificultando a comparação dos relatórios entre as empresas. Nota-se que algumas sociedades afirmam que operam em sua totalidade em um único segmento.

A segmentação das informações das entidades tem por objetivo trazer mais transparência e confiabilidade às demonstrações contábeis das empresas, pois revelam a estratégia gerencial da empresa. Por outro lado, por se tratar de um enfoque gerencial, dá abertura para que as empresas consigam mostrar apenas um lado da entidade, uma vez que são os tomadores de decisões da entidade que definem quais são os segmentos reportáveis das referidas empresas.

O estudo permite verificar que as empresas ao longo tempo não obtiveram crescimento significativo no que se trata de divulgação de segmentos operacionais. As empresas tendem a permanecer divulgando as mesmas informações anteriores. Pode-se observar que as entidades apenas divulgam as informações segmentadas para cumprir a exigências do CPC 22 e não para fornecerem informações que possibilitem uma maior transparência para seus usuários.

Quanto ao nível de transparência, constatou-se que as empresas ainda não seguem todas as determinações do CPC – 22, deixando as informações com um nível de transparência muito abaixo do ideal, que seria o proposto pelo CPC. Destaca-se o fato de algumas empresas ainda não adotarem as diretrizes do referido pronunciamento.

O estudo contribuiu para o desenvolvimento do tema, que no Brasil ainda é pouco abordado e que para algumas empresas ainda não é aplicado. As informações por segmentos são uma importante ferramenta gerencial, principalmente para os usuários externos, que a tomam por base para conhecer a estrutura da entidade.

A pesquisa limitou-se ao setor cíclico das empresas listadas na BM&FBOVESPA que são do segmento de tecidos, vestuários e calçados. Foram analisadas apenas as demonstrações dos anos de 2009 a 2013. Para pesquisas posteriores sugere-se o aumento da amostra para verificar o cumprimento do CPC em questão, tendo em vista a utilização ainda singela do mesmo.

## **ABSTRACT**

With the diversification of markets , companies have been operating in various segments . This diversification has brought the need for transparency of information provided . So that users could understand the role of each entity in the segment , the CPC was issued 22 - Segment Information , in correlation with IFRS 8. The objective of this study is to assess the level of transparency in the disclosure of segment information prepared by entities consumer cyclical sector listed on the BM & FBovespa in the period 2009 to 2013. for this the notes of twelve companies were verified . The research is classified as descriptive , documentary , bibliographic and qualitative . Taking as a basis for analyzing the notes entities of the listed consumer discretionary sector on the BM & FBovespa in the period 2009 to 2013. The results showed that during the study period there was no significant increase in disclosure of segmented information , also showed that the use CPC 22 entities is still not done correctly because the entities studied yet do not follow the speech in its entirety . The study sought to contribute to the development of the subject , showing the segmented information as an important management tool.

**Keywords :** Segment information ; CPC 22 ; Transparency; Consumer Cyclical Sector

## 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 de Contabilidade**. v. 10. n. 19. 2013. Disponível em: <https://periodicos.ufsc.br/index.php/contabilidade/article/view/2175-8069.2013v10n19p33> Acessado em: 17 de ago. 2014.
- ARRUDA, Giovana Silva de; MADRUGA, Sergio Rossi; JUNIOR, Ney Izaguirry de Freitas. **A governança corporativa e a teoria da agência em consonância com a controladoria**. Rev. Adm. UFSM, Santa Maria, v. i, n. 1, p. 71-84, jan./abr., 2008. Disponível em: <http://base.repositorio.unesp.br/bitstream/handle/11449/110476/000793296.pdf?sequence=1&isAllowed=y> Acessado em: 25 de set. 2014.
- BOLSA DE VALORES, MERCADORIAS E FUTUROS DE SÃO PAULO. Disponível em <http://www.bmfbovespa.com.br/home.aspx?idioma=pt-br>. Acessado em 14 de out. 2014.
- 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. Disponível em: <http://www.teses.usp.br/teses/disponiveis/12/12136/tde-06052009-114957/pt-br.php> Acessado em: 15 de out. 2014.
- COMITÊ DE PRONUNCIAMENTOS CONTÁBEIS. Pronunciamento Técnico CPC 22, de 31 de Julho de 2009. Informações por Segmentos. Disponível em: <http://www.cpc.org.br/pdf/CPC%2022.pdf> Acessado em: 16 de jun. 2014.
- COSTA, Luciano Schneider. Uma verificação da conformidade na divulgação de informações por segmento de acordo com o CPC 22. (Monografia). Curso de Ciências Contábeis da Universidade Federal de Santa Catarina. Santa Catarina. p.73, 2011. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/handle/123456789/121433> Acessado em: 19 de jun. 2014.
- CRUZ, A. P. C.; MACHADO, E. A.; PEREIRA, A. F.; CARVALHO, L. N. Empresas brasileiras do novo mercado e suas práticas de evidenciação voluntária de informações por segmento. 2011. Disponível em: <https://www.furb.br/especiais/download/105847-551161/229-2.pdf> Acessado em: 15 de ago. 2014.
- REIS, Claudia Marchioli Nicolau dos. Métrica de desempenho operacional: um estudo do EBITDA no gerenciamento de segmentos. Dissertação (Mestrado) – Universidade do Estado do Rio de Janeiro, Faculdade de Administração e Finanças. p. 64, 2014. Disponível em: [http://fafuerj.com/mestrado/index.php?option=com\\_docman&task=cat\\_view&gid=35&limit=100&liitstart=100&order=date&dir=ASC](http://fafuerj.com/mestrado/index.php?option=com_docman&task=cat_view&gid=35&limit=100&liitstart=100&order=date&dir=ASC) Acesso em: 04 de dez. 2014.
- ROSA, Liliane Lessa Santos; SANTOS, Sheyla Veruska do. A importância da contabilidade gerencial para a administração. **Revista eletrônica Administração & Ciências Contábeis**. n. 3. Jan/jul 2010. Disponível em: <http://www.opet.com.br/faculdade/revista-cc-adm/revista-n3.php> Acessado em: 13 de nov. 2014

SCHLOTEFELDT, Alceri Antonio. **Sistemas de Informação**: papel e aplicações no segmento industrial. Disponível em: <http://revista.ctai.senai.br/index.php/edicao01/article/view/218> Acessado em: 31 de ago. 2014.

SCHVIRCK, E. Relatórios por segmentos publicados pelas companhias de capital aberto no Brasil – Os efeitos da divulgação no desempenho das empresas. 2014. 227f. Tese (Doutorado em Administração). Universidade Federal de Santa Catarina. Florianópolis. Santa Catarina. 2014. Disponível em: <https://repositorio.ufsc.br/xmlui/bitstream/handle/123456789/123356/326772.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Acessado em: 05 de out. 2014.

\_\_\_\_\_; LUNKES, R. J.; GASPARETTO, V. Divulgação de informações por segmentos: Panorama de aplicação do CPC 22. **Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade**. v.7 n. 2. 2013. Disponível em: <http://www.repec.org.br/index.php/repec/article/view/571> . Acessado em: 18 de jun. 2014.

SILVA; F. A.; PINHEIRO, L. E. T. Estágio Atual de Evidenciação e Fatores que Influenciam o Disclosure de Informações por Segmentos por Empresas Brasileiras. **Revista Contabilidade e Controladoria**. v. 4. n. 3. 2012. Disponível em: <http://ojs.c3sl.ufpr.br/ojs/index.php/rcc/article/view/29897> Acessado em: 10 de out. 2014.

SOUZA, J. A.; ALMEIDA, J. E. F. Grau de divulgação de informações por segmentos operacionais em ambientes competitivos. **Revista de C. Humanas**. Viçosa, v. 13, n. 1, p. 39-55, jan./jun. 2013. Disponível em: <http://www.cch.ufv.br/revista/pdfs/vol13/artigo3vol13-1.pdf> Acessado em: 08 de out. 2014.

\_\_\_\_\_. Informações sobre segmentos operacionais no Brasil: Práticas e determinantes de divulgação. 2013. Dissertação (Mestrado em Ciências Contábeis). Universidade Federal do Espírito Santo. Vitória. 2013. Disponível em : [http://portais4.ufes.br/posgrad/teses/tese\\_6555\\_Disserta%E7%E3o%20-%20J%20FAlia%20-%20PDF.pdf](http://portais4.ufes.br/posgrad/teses/tese_6555_Disserta%E7%E3o%20-%20J%20FAlia%20-%20PDF.pdf) Acessado em: 17 de set. 2014.