

UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO, CIÊNCIAS CONTÁBEIS E ECONOMIA
PROGRAMA DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS

LAIANY VIEIRA DE SOUZA

**INFLUÊNCIA DO CONTROLE FAMILIAR NA DIVULGAÇÃO DE
INFORMAÇÕES POR SEGMENTO**

GOIÂNIA
2017

Prof. Dr. Orlando Afonso Valle do Amaral
Reitor da Universidade Federal de Goiás

Prof. Dr. Luiz Mello de Almeida Neto
Pró-reitor de Graduação da Universidade Federal de Goiás

Prof. Dr. Moisés Ferreira da Cunha
Diretor da Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade

Prof. Dr. Kléber Domingos de Araújo
Coordenador do curso de Ciências Contábeis

LAIANY VIEIRA DE SOUZA

**INFLUÊNCIA DO CONTROLE FAMILIAR NA DIVULGAÇÃO DE
INFORMAÇÕES POR SEGMENTO**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Faculdade de
Administração, Ciências Contábeis e
Economia da Universidade Federal
de Goiás, para a obtenção do título de
Bacharel em Ciências Contábeis.

Orientador: Prof. Dr. Júlio Orestes da
Silva

GOIÂNIA

2017

Ficha de identificação da obra elaborada pelo autor, através do Programa de Geração Automática do Sistema de Bibliotecas da UFG.

Souza, Laiany Vieira de
Influência do controle familiar na divulgação de informações por segmento [manuscrito] / Laiany Vieira de Souza. - 2017.
0 31 f.

Orientador: Prof. Júlio Orestes da Silva.
Trabalho de Conclusão de Curso (Graduação) - Universidade Federal de Goiás, Faculdade de Administração, Ciências Contábeis e Ciências Econômicas (FACE), Ciências Contábeis, Goiânia, 2017.
Bibliografia.


1. Informação por Segmento. 2. Empresas Familiares. 3. Disclosure.
I. Silva, Júlio Orestes da, orient. II. Título.

CDU 657

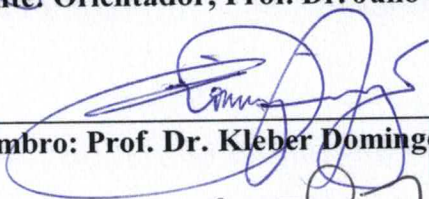
LAIANY VIEIRA DE SOUZA

**A INFLUÊNCIA DO CONTROLE FAMILIAR NA DIVULGAÇÃO DE
INFORMAÇÕES POR SEGMENTO**

Trabalho de Conclusão de Curso
apresentado à Faculdade de
Administração, Ciências Contábeis e
Economia da Universidade Federal de
Goiás, para a obtenção do título de
Bacharel em Ciências Contábeis.



Presidente: Orientador, Prof. Dr. Júlio Orestes da Silva.



Membro: Prof. Dr. Kleber Domingos de Araújo



Membro: Prof. Ednei Moraes Pereira

Goiânia-GO, 04 de dezembro de 2017.

RESUMO

O estudo tem como objetivo verificar a relação do controle familiar na divulgação de informações por segmento nas empresas brasileiras. O trabalho foi desenvolvido com 111 empresas listadas no site da B3 que divulgaram informações por segmento no período de 2010 a 2016. O estudo baseou-se em análises das notas explicativas baseadas no Pronunciamento CPC 22, e aplicou-se o modelo de regressão linear múltipla com dados em painel. Os resultados mostram que o controle familiar influencia negativamente a divulgação de informações por segmento. Ainda, verificou-se que as variáveis nível de governança corporativa, e rentabilidade também influenciam o nível de divulgação, sendo que o nível de governança corporativa influencia positivamente o nível de disclosure de informações por segmento e a rentabilidade exerce uma influência negativa. Entre os setores de atuação o único que apresentou relevância no cálculo do índice de *disclosure* foi o setor de Saúde, que exerceu uma influência negativa no disclosure. Conclui-se que as empresas familiares tendem a divulgar menos informações por segmento que as empresas não familiares. As variáveis governança corporativa, rentabilidade e pertencer ao setor de saúde também influenciaram na divulgação.

Palavras-chave: Informação por Segmento; Empresas Familiares; Disclosure.

1 INTRODUÇÃO

Com a adoção das normas internacionais de contabilidade, as demonstrações contábeis das empresas brasileiras tiveram que se adequar aos padrões internacionais, sofrendo alterações no que tange à estrutura, abrangência, reconhecimento e divulgação de informações contábeis (AILLÓN et al., 2013). Uma dessas normas é o CPC 22, baseado na *International Financial Reporting Standards* (IFRS 8), que tem como escopo a divulgação de informações segregadas por segmento de atuação, ou seja, segmentos operacionais, nas companhias abertas (AILLÓN et al., 2013).

Informações desagregadas convergem com a diversidade de atividades, setores e países em que as empresas operam, e a divulgação dessas dimensões pode fornecer fatores relevantes para decisões de investimento (SOUZA; NETO, 2014). Assim, a apresentação de informações por segmentos pode contribuir com o aprimoramento da qualidade informacional das demonstrações contábeis, e permite que os diversos usuários possam analisar com maior detalhamento e profundidade os elementos referentes às operações da companhia, o que pode influenciar à lucratividade, riscos e oportunidades (VASCONSELOS; SZUSTER, 2003).

Com a evolução do mercado de capitais, um número maior de usuários investe e passa a ter seu capital atrelado às mais variadas empresas (MOURA; FRANZ; CUNHA, 2015). Nesse ambiente, o *disclosure* das informações contábeis pode proporcionar maior clareza para que tais usuários tomem decisões de como e onde investir (MAPURUNGA; PONTE; HOLANDA, 2014). Essa exteriorização das informações contábeis para o mercado, é relevante, na medida em que possibilita aos usuários (investidores, credores, fornecedores, clientes, governo e outros) o conhecimento acerca da empresa, contribuindo para a tomada de decisões racionais (MAPURUNGA; PONTE; HOLANDA, 2014).

Entretanto, fatores como a subjetividade e flexibilidade da norma na definição dos segmentos, o baixo nível de detalhamento das informações disponibilizadas por algumas

empresas, o aumento de custos para publicação e auditoria, bem como fornecimento de informações privilegiadas aos concorrentes podem prejudicar o alcance dos objetivos da divulgação de informações por segmento em diferentes tipos de organizações (BOSCOV, 2009; MOURAD, 2009 e SOUZA; ALMEIDA, 2013).

Nesse universo, pode-se destacar as empresas familiares que têm papel relevante na economia mundial, contribuindo significativamente para a criação de riqueza dos países (SILVA; SOUZA; KLANN, 2016). Em nações emergentes, como o Brasil, as empresas familiares correspondem a elevada percentagem de participação na economia (SILVA; MAJLUF, 2008) e são possuidoras de um particular processo de gestão, considerados de grande relevância no contexto econômico (SIMIL; CAMPOS, 2014).

Entretanto, pouco se sabe sobre a influência do controle familiar na divulgação e detalhamento das informações financeiras. Destaca-se que as empresas familiares comumente apresentam objetivos convergentes aos interesses da família, e compreendem principalmente a continuidade da empresa e a maximização de seu valor a longo prazo (SHYU, 2011). Neste sentido, o envolvimento da família na propriedade, governança e gestão da organização, assim como o desejo de manter o controle da empresa ao longo das gerações, pode impactar a divulgação das informações em seus relatórios financeiros (MEMILI et al., 2011).

De início, as empresas familiares são constituídas e geridas em prol de benefícios que atendam aos anseios da família (SILVA, 2015). Mais à medida que atuam no mercado de capitais, os gestores precisam também considerar os interesses dos demais acionistas a fim de aumentar a lucratividade do negócio.

De acordo com Salvato e Moores (2010), existem dois cenários onde a contabilidade tem um papel de destaque na busca de atender os anseios de todos os usuários. No primeiro deles, de acordo com Salvato e Moores (2010), o envolvimento da família cujo objetivo é garantir a perpetuidade do negócio e a reputação da empresa pode impactar na qualidade da informação contábil, no planejamento e controle da entidade, intensificando esses mecanismos na busca de um melhor desempenho. No segundo caso, pode haver uma redução da qualidade da informação contábil, ou até mesmo uma omissão destas informações, afim de esconder resultados financeiros reais, ocultando-os dos demais usuários a extensão da expropriação da riqueza em prol dos interesses da família controladora (SALVATO; MOORES, 2010).

Grillo et al. (2017) aponta que o controle familiar tende a afetar as informações contábeis tornando-as menos relevantes e tempestivas quando existem conflitos de interesse entre acionistas majoritários e minoritários. Assim, a divulgação de informações por segmento pode melhorar a qualidade da informação contábil das empresas, pois as informações gerenciais, juntamente com a contabilidade financeira, promovem maior nível de *disclosure* e possibilitam aprimorar decisões econômicas e capacidade de projeções para tomada de decisões, e ainda permite a redução da assimetria informacional, evitando que uma parte dos usuários tenha acesso a mais informações que outras partes (BOSCOV, 2009).

Considerando que a divulgação de informações por segmento carrega uma parcela de informações estratégicas da gestão, no caso das empresas familiares, estas informações podem ser suprimidas, quando existem conflitos de interesse entre os usuários. Nesse sentido emerge a questão que norteia este trabalho: Qual a relação do controle familiar na divulgação de informações por segmento nas empresas brasileiras? Para responder a tal questionamento, o estudo tem como objetivo verificar a relação do controle familiar na divulgação de informações por segmento nas empresas brasileiras.

Alguns estudos abordam a importância, o nível de evidenciação das informações por segmento e também dos fatores que influenciam essa divulgação. Destacam-se os trabalhos de

Schvirck, Lunkes e Gasparetto (2013); Áillon et al. (2013); Schvirck (2014); Pinheiro e Boscov (2015); Weschenfelder e Mazzioni (2014); Santana e Costa, (2015); Fath et al. (2015); Mapurunga, Ponte e Holanda (2014); Souza et al. (2016) e Souza, Schäfer e Gasparetto (2016). Tais estudos analisaram em diferentes amostras o nível de evidenciação de informações por segmento, desde o ano de 2010. Em comum, estas pesquisas identificaram o baixo nível de evidenciação das empresas e buscaram destacar os possíveis fatores que impactam nessa divulgação.

Todavia pouco se sabe sobre as informações por segmento no âmbito das empresas familiares. Assim, se torna relevante realizar um estudo com enfoque nas empresas familiares, já que estas empresas possuem tamanha representatividade em nossa economia e apresentam características que a diferenciam das demais organizações. Além disso a divulgação das informações por segmento agrega valor para as companhias, disponibilizando aos usuários externos as informações sobre suas operações e de que maneira são gerenciadas, proporcionando credibilidade e transparência às demonstrações contábeis (WESCHENFELDER; MAZZIONI, 2014).

O estudo da divulgação de informações por segmentos também é relevante para aumentar o conhecimento a respeito das possíveis deficiências com a divulgação dessas informações, e também a respeito de seus benefícios e influências econômicas, levando em consideração que tal divulgação repercute em decisões que afetam o mercado financeiro e de capitais.

Os achados desta pesquisa podem contribuir para a ampliação de conhecimentos teórico e práticos a respeito da divulgação de informações por segmento, investigando como a norma tem sido aplicada nas empresas brasileiras, em especial nas empresas familiares, sendo que este é um fator ainda não aprofundado no mercado nacional.

Ainda, ao analisar se o controle familiar influencia nas informações divulgadas aos usuários externos das empresas familiares, permite que os mesmos possam fazer uma avaliação com mais informações sobre a natureza das atividades do negócio e seus respectivos efeitos econômicos nas empresas para a tomada de decisão.

2 REFERENCIAL TEÓRICO

2.1 Empresas familiares

Os trabalhos que abordam empresas familiares utilizam definições diferentes para conceituar estes empreendimentos (ANDERSON; REEB, 2003). Destaca-se que apesar das diversas definições, é consenso na literatura que o envolvimento da família e a sua influência na gestão, são características essenciais para determinar se uma empresa é familiar ou não (SILVA, 2015).

Em empresas familiares, há um forte fator emocional predominante nos diversos tipos de relação e na forma de gestão adotada, denominada riqueza sócio emocional (GOMEZ-MEJIA et al., 2011). A preservação da riqueza sócio emocional pode ser vista como a característica fundamental que difere empresas familiares das não familiares (GOMEZ-MEJIA et al., 2011). Quando a influência da família é predominante em termos de propriedade e gestão, a tendência é que exista também de forma preeminente a preservação da riqueza sócio emocional (PETRY; NASCIMENTO, 2009). A riqueza sócia emocional pode ser entendida como a tendência que as empresas familiares têm de tomar decisões baseadas em critérios não financeiros para proteger o interesse da família na sobrevivência da empresa a longo prazo e

também sua a reputação diante o mercado (PETRY, 2005).

Outra importante característica de uma empresa familiar é o fato da fundação e da gestão do empreendimento estarem atrelados a um grupo familiar (DONNELLEY, 1987; BERNHOEFT, 1989). A empresa familiar surge de uma extensão familiar a partir do núcleo liderado pelo fundador e, posteriormente, pelos seus herdeiros e sucessores que irão dar prosseguimento ao projeto da família (GRILLO et al., 2017). Assim, a empresa familiar é caracterizada por ter sua gestão sob a propriedade da família, e mesmo quando não existam mais representantes familiares na gestão, os ideais e interesses destas influenciam os objetivos e a missão da empresa (PETRY, 2005).

Ainda sobre as definições que envolvem empresas familiares, Leone (2005) defende três níveis conceituais sobre empresas familiares que são aceitas na esfera internacional: a) nível de propriedade, ou seja, o controle da empresa é detido por uma ou mais famílias; b) nível de gestão, em que os cargos de topo da empresa são ocupados por membros da família, sendo a gestão influenciada por esta; c) sucessão, em que a segunda geração familiar assume os cargos deixados pelos parentes e assim sucessivamente. Neste mesmo sentido, Anderson e Reeb (2003) classificam as empresas familiares como aquelas que os integrantes da família atuam como membros do conselho e/ou com parte das ações da empresa.

As empresas familiares são mais transparentes e menos propensas a comportamentos oportunistas que as empresas não familiares (CASCINO et al., 2010). Entretanto, devido a gestão ser mais concentrada nas mãos da família, é comum que problemas de agência entre acionistas majoritários e minoritários ocorram (SIMIL; CAMPOS, 2014). La Porta et al. (1999) argumenta que nas empresas familiares a gestão de topo é normalmente parte do controle familiar. Assim, os acionistas controladores estão em uma posição ideal para monitorar a gestão, com poder para expropriar os acionistas minoritários.

Ou seja, os gestores da empresa podem tomar decisões que não favorecem os interesses dos acionistas minoritários, mais que trazem benefícios aos acionistas que detêm o controle do negócio (LA PORTA et al., 1999), o que pode impactar na evidenciação e divulgação dos demonstrativos financeiros da empresa (MEMILI et al. 2011). Ainda para Memili et al. (2011), o envolvimento da família na propriedade, governança e gestão da organização, assim como o desejo de manter o controle da empresa ao longo das gerações, pode fazer com que as empresas familiares tenham um baixo nível de evidenciação das informações.

2.2 Disclosure da Informação Contábil

A existência da assimetria informacional atribui à contabilidade importante papel na geração de informações que possam orientar o processo decisório de qualquer classe de usuários (SCHVIRCK, 2014). O *disclosure* da informação contábil é um procedimento que está ligado aos objetivos da contabilidade, ao garantir informações diferenciadas para os vários tipos de usuários que delas necessitem (IUDÍCIBUS, 2004) ou seja, permitindo que os agentes internos ou externos, tenham acesso às informações que podem ser relevantes ao seu objetivo na relação com a empresa (SCHVIRCK, 2014).

O *disclosure* da informação contábil tem como objetivo prestar aos usuários informações importantes e relevantes de forma a ajudá-los a tomarem decisões da melhor maneira possível. A divulgação de práticas relacionadas a gestão das organizações, fazem parte do processo de comunicação existente entre empresa e seus usuários (ESPEJO; DACIÊ, 2016). Essas informações são disponibilizadas por meio demonstrações contábeis que incluem, além

das próprias demonstrações, as notas explicativas, que de acordo com Mapurunga et al. (2011) e Hendriksen e Van Breda (1999) contém informações, quantitativas e descritivas, essenciais para entendimento dos valores e das operações de uma empresa.

Nesse ambiente, destacam-se os investidores que possuem interesse em acompanhar o desempenho das empresas em que investem. A evidenciação influencia no comportamento dos investidores, pois pode afetar a percepção acerca do risco da companhia (MAPURUNGA et al., 2011). Quanto mais agregada e transparente a informação contábil, mais eficiente esta informação se torna para o mercado (ESPEJO; DACIÊ, 2016).

Dada a sua importância, o *disclosure* pode decorrer tanto de uma decisão da empresa, quanto de uma obrigatoriedade imposta por regulamentação, ou seja, pode ocorrer de forma voluntária ou compulsória (MAPURUNGA et al., 2011). Informação que não é importante ou relevante é omitida para que as apresentações se tornem significativas e compreensíveis (HENDRIKSEN; VAN BREDA, 1999), assim o *disclosure* contábil é resultado de uma atividade que busca o equilíbrio entre o custo e o benefício gerado pela informação divulgada ao mercado.

A partir do exercício de 2010 as empresas de capital aberto brasileiras foram obrigadas a divulgar, juntamente com as demonstrações contábeis já existentes, as informações por segmento conforme o pronunciamento CPC 22 (CPC,2009). De acordo com o CPC 22 as empresas devem divulgar informações que permitam aos usuários das demonstrações contábeis avaliarem a natureza e os efeitos financeiros das atividades de negócios nos quais ela está envolvida e os ambientes econômicos em que opera (CPC,2009), o que possibilita um aumento no nível de evidenciação das informações contábeis.

2.3 Informação por Segmento

A IFRS 8, norma que trata da divulgação de informações por segmentos das entidades, foi emitida em 2008 e é resultante do processo de convergência entre o IASB e o FASB (SCHVIRCK, 2014). No Brasil, o Comitê de Pronunciamentos Contábeis, emitiu em 2009 o CPC 22, que teve sua adoção obrigatória nas demonstrações contábeis a partir de 2010. Esta norma especifica como a empresa deve divulgar as informações sobre seus segmentos operacionais nas demonstrações contábeis e também informações relativas aos seus produtos e serviços, áreas geográficas e principais clientes (SCHVIRCK, 2014).

Weschenfelder e Mazzioni (2014) definem segmento operacional como um componente da companhia que pode obter receitas e incorrer despesas, onde o principal gestor utiliza estes resultados operacionais para a tomada de decisão e avaliação de desempenho. Garrison, Noreen e Brewer (2007) determinam um segmento operacional como uma parte ou atividade da organização a respeito da qual os administradores gostariam de ter dados de custos, receitas ou lucros. Tais informações permitem aos usuários avaliarem a natureza e os efeitos financeiros do negócio, analisarem os riscos e o ambiente econômico em que a empresa atua.

Com informações mais detalhadas, a divulgação por segmentos permite que os usuários aprimorem o entendimento dos negócios específicos e como um todo. Sob a ótica da Teoria de Agência, a adoção da norma pode ser encarada como uma ferramenta para a redução da assimetria informacional, permitindo que os usuários externos tenham acesso aos dados que são utilizados internamente na tomada de decisões e na condução das atividades (SOUZA et al., 2016).

A maior mudança trazida pela adoção do CPC 22 foi a abordagem gerencial da

informação por segmento, determinando que a segmentação deve ser evidenciada de acordo com os critérios utilizados na contabilidade gerencial de cada empresa e deve estar de acordo com as formas de mensuração interna da entidade (SILVA; PINHEIRO, 2013). Devido a norma basear-se em princípios, existe um elevado grau de subjetividade em sua aplicação e possibilidade de diferentes escolhas de divulgação da informação (SOUZA et al., 2016). Assim, a norma não exige que uma companhia divulgue as informações que não sejam preparadas para uso interno, ou que as informações necessárias não estejam disponíveis e/ou o custo para prepará-las seja alto (CPC 22,2009). De acordo com a norma, não é necessário que todos os segmentos operacionais da empresa sejam evidenciados, divulga-se apenas aqueles que forem mais representativos.

Para auxiliar na escolha destes segmentos, o CPC 22 apresenta dois testes quantitativos, os de 10% e o de 75% que determinam os parâmetros mínimos de divulgação de segmento. Para um segmento ser divulgado separadamente ele deve representar 10% das receitas de vendas para clientes externos e as vendas ou transferências inter segmentos, ou 10% do montante do lucro ou prejuízo da empresa ou 10% dos ativos combinados de todos os segmentos. Ou ainda, se a soma das receitas por segmento for inferior a 75% do total, segmentos adicionais devem ser identificados até que se atinja esse parâmetro.

Contudo a companhia poderá divulgar segmentos operacionais que não se enquadrem aos limites relacionados anteriormente se a administração considerar essa informação relevante para os usuários das demonstrações contábeis (PINHEIRO; BOSCOV, 2015). Os testes quantitativos podem ser vistos como um guia de orientação, ao fornecer informações suficientes para determinação dos segmentos que devem ser divulgados, o que contribui com a consistência e aderência à norma de informações por segmentos (BOSCOV, 2009).

Algumas críticas a divulgação por segmento estão relacionadas a discricionariedade e flexibilidade na informação a ser divulgada, o que pode ocasionar perda informacional (WESCHENFELDER; MAZZIONI, 2014). Esta perda informacional pode ocorrer tanto no âmbito de comparação de empresas, quanto de segmentos (WESCHENFELDER; MAZZIONI, 2014). Além disso, a apresentação da informação segmentada é encarada por muitas empresas como uma exposição elevada das informações internas ao ambiente externo à organização (MAPURUNGA et al., 2011). Esse tipo de divulgação pode ser prejudicial em virtude de expor o negócio às demais empresas do mercado, proporcionando vantagem competitiva aos concorrentes.

No Brasil, diversos estudos têm relacionado *disclosure* da informação contábil e informações por segmento. Antes da obrigatoriedade a adoção da norma, Boscov (2009), investigou qual é o efeito da vinculação da contabilidade financeira à contabilidade gerencial na qualidade das informações financeiras e no nível de *disclosure*. Concluiu que o fornecimento de informações gerenciais, desde que conciliadas com a contabilidade financeira, promove um maior nível de *disclosure* e possibilita melhorias nas decisões econômicas e na capacidade de projeções, aumento no poder de negociação da empresa e uniformidade de práticas com os seus diferentes públicos.

Schvirck (2014) teve como objetivo principal avaliar se as divulgações de informações por segmentos das companhias de capital aberto no Brasil têm impactos sobre o desempenho das empresas. Para determinar o nível de *disclosure* praticado pelas empresas foi elaborado o indicador do nível de *disclosure* de segmentos (IDS). Conclui-se não se pode rejeitar a hipótese de relacionamento entre o nível de *disclosure* e o desempenho das companhias. É possível observar também o crescimento das empresas que divulgam somente um segmento no período observado. Em 2010, esse percentual era de 19%, passando para 26,7% em 2014, último ano da pesquisa.

Para Schvirck (2014) ainda é baixo número de empresas que publicaram o relatório no período estudado, em torno de 43% das companhias. Esse resultado, conduz a duas linhas de observação, a primeira é que as empresas não utilizam informações por segmentos em sua tomada de decisões, indo contra as teorias que argumentam que a descentralização de atividades é o caminho natural com o crescimento das empresas e com a complexidade das relações. A segunda linha de observação, destacada por Schvirck (2014) é que a agregação dos segmentos permitida pela norma, possibilita que os gestores utilizem da discricionariedade para agrupar informações de várias atividades em apenas um segmento, com o objetivo de diminuir a quantidade de informações prestadas ao mercado.

Pinheiro e Boscov (2014) investigaram o grau de *disclosure* desse relatório de segmentos nas empresas premiadas pelo Troféu Transparência 2013 Anefac/Fipecafi/Serasa. A amostra pesquisada contemplou as 20 empresas premiadas em 2013, porém apenas 11 delas divulgaram informações por segmento no ano de 2012. Observou-se que a tendência, na amostra, é a divulgação pelas empresas de itens como receitas, lucro e ativos do segmento divulgável. Em contrapartida, itens como fatores de mensuração, grau de dependência dos clientes e informações por áreas geográficas tiveram pouca evidenciação. A tendência em ocultar determinadas informações que podem ser tidas como estratégicas tais como o grau de dependência de clientes e os dados por regiões geográficas.

Sobre as práticas de divulgação e evidenciação de informações por segmento, Souza e Neto (2014) analisaram as demonstrações contábeis de 272 empresas ativas na B3 (antiga BM&FBOVESPA) nos anos de 2010 e 2011. O intuito foi identificar as práticas de divulgação de informações por segmento operacionais das empresas brasileiras. Os autores concluíram que não houve uniformidade nas práticas de divulgação pelas empresas. Houve divergência tanto nos tipos de informação divulgada quanto nos níveis de detalhamento das mesmas.

Schvirck, Lunkes e Gasparetto (2013) traçaram um panorama da divulgação de segmentos nas demonstrações financeiras das companhias abertas que operam no Brasil, publicadas em 2010, primeiro ano de vigência do CPC 22. Através de levantamento de dados das notas explicativas de 81 empresas de capital aberto, relacionadas na edição de 2010 da Revista Maiores e Melhores, os autores verificaram que 13,5% das empresas não fizeram nenhuma referência a informação por segmentos, 27%, agruparam as atividades em um único segmento e que o tamanho do ativo apresentou correlação positiva com o número de segmentos publicados

Ainda, Áillon et al. (2013) investigaram como são evidenciadas as informações gerenciais publicadas nas notas explicativas de informações por segmento das 48 companhias listadas em 2010 no IBrX-50. Verificaram que a evidenciação é diferenciada entre os setores, sendo que o setor de mineração com maior nível de evidenciação e o de software e dados com menor nível de evidenciação. Destaca-se um baixo nível de divulgação, onde menos da metade da divulgação possível proposta pelos autores foi utilizada pelas empresas. Outro ponto destacado pelos autores é o baixo *disclosure* por região geográfica, sugerindo que as companhias não o divulgam como forma de barreira de entrada e de proteção às informações estratégicas.

Weschenfelder e Mazzioni (2014) verificaram o nível de evidenciação do CPC 22 das demonstrações contábeis intermediárias das companhias listadas no Novo Mercado da B3. A amostra correspondeu a 127 companhias listadas no Novo Mercado da B3. De acordo com os resultados as companhias com emissão de ADR's tendem a divulgar menos informações por segmento que as demais. Algumas companhias não citam o CPC 22 nas suas demonstrações contábeis e nenhuma evidenciou a Demonstração do Fluxo de Caixa por segmento. Aspectos discricionários da norma, como o grau de dependência dos principais clientes, o montante de

investimentos contabilizados por equivalência patrimonial e a conciliação entre as informações por segmento e o balanço patrimonial é pouco utilizado pelas empresas. Conclui-se que o nível de evidenciação de informações por segmento é baixo e distinto entre os setores.

Santana e Costa, (2015) analisaram o nível de evidenciação das informações por segmento nas companhias abertas brasileiras que integram o índice Ibovespa, no período de 2010 a 2013. 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%. O setor que mais evidenciou informações foi o setor elétrico, isso se justifica devido ao fato das empresas pertencentes a esse setor são reguladas pela Agência Nacional de Energia Elétrica e são obrigadas a divulgar as informações por segmento desde ano de 1997.

A pesquisa de Faith et al. (2015) analisou as Informações por Segmentos das companhias brasileiras do setor econômico de consumo cíclico listadas na B3 nos anos de 2013 e 2014. Constataram um bom índice de evidenciação pela maioria das companhias pesquisadas em relação à produtos e/ou serviços, receitas, custos despesas, bem como, lucros e prejuízos por segmento, o que eleva o grau de transparência e confiabilidade das demonstrações contábeis perante os seus usuários. Por outro lado, algumas companhias apresentaram baixo nível de divulgação por segmento em relação aos seus principais clientes, principal gestor e áreas geográficas, apresentando assim, tendência a ocultar informações referentes as estratégias adotadas internamente.

Em suma, as pesquisas apresentadas confirmam que a evidenciação das informações por segmentos no Brasil, ainda, não é algo muito transparente, pois em comum, identificaram o baixo nível de evidenciação.

2.4 Hipótese do Estudo

Diante dos resultados dos estudos apontados percebe-se que alguns pesquisadores se propuseram a encontrar variáveis que pudessem influenciar na opção das empresas pela divulgação das informações segmentadas. Entre os estudos mais recentes, Souza et al. (2016), analisaram 231 empresas de capital aberto brasileiras ativas na B3 distribuídas entre 20 setores econômicos no período de 2010 a 2014. Entre as 8 variáveis estudadas, somente as variáveis de tamanho, endividamento, governança corporativa e auditoria por big four poderiam influenciar os níveis de divulgação de informações por segmento das empresas. Em estudo semelhante, Mapurunga, Ponte e Holanda (2014), encontraram resultados similares, exceto pelo variável endividamento que não apresentou significância em seu trabalho.

Já Souza, Schäfer e Gasparetto (2016), identificaram o nível de evidenciação e variáveis que influenciam a divulgação das informações por segmento das companhias abertas atuantes no mercado brasileiro, nos anos de 2010 a 2014, tendo como amostra final 45 companhias que compõem o índice IBrX-50 da B3. Entre as possíveis variáveis explicativas que podem influenciar o nível de divulgação das empresas, observou-se que, as companhias com maior grau de endividamento tendem a ter um maior nível de evidenciação de informações por segmento, corroborando o que foi destacado em estudos anteriores.

Silva, Souza e Klann (2016), analisaram a tempestividade da informação contábil em empresas familiares brasileiras. A amostra foi composta por 124 empresas, no período de 2010 a 2013. Em relação à tempestividade, observaram que as informações contábeis são menos

tempestivas nas empresas familiares quando considerado um horizonte de longo prazo para o retorno das ações (15 meses). Quando utilizaram retornos de curto prazo (3 e 6 meses), as variáveis contábeis não se mostraram significativas, e, portanto, não foi possível afirmar que as empresas familiares apresentam informações mais ou menos tempestivas. Ao definir empresas familiares os autores utilizaram critérios semelhantes aos adotados por Martinez e Ramalho (2014).

Em relação a qualidade da informação contábil, Grillo et al. (2017) relacionaram governança corporativa e empresas familiares, e destacaram que apesar da literatura existente indicar que a presença familiar afeta positivamente a qualidade da informação contábil, os resultados encontrados não confirmaram essa hipótese.

Já Chen e Radhakrishnan (2007), analisaram a qualidade da informação em uma amostra composta por 500 empresas, das quais 177 eram de controle familiar. Os resultados demonstraram que as empresas familiares tendem a divulgar menos informações voluntárias, ou seja, as empresas familiares divulgam com qualidade o que as normas contábeis exigem, mas não têm interesse em divulgar informações adicionais aos seus usuários externos.

Entre as pesquisas que analisam a influência do controle familiar nas empresas, destaque-se o trabalho de Martinez e Ramalho (2014) que investigaram se as empresas familiares são mais agressivas em termos fiscais do que as empresas não familiares no período de 2001 até 2012. Para definir empresa familiar os autores analisaram a presença das famílias na propriedade, na gestão e no controle de empresas. Concluíram que as empresas familiares que fizeram parte da amostra possuem maior agressividade fiscal do que as não familiares.

Simil e Campos (2014) verificaram se há diferença nos níveis de evidenciação dos ativos intangíveis entre as empresas familiares e não familiares listadas na B3. A partir da premissa de que as empresas familiares possuem características aderentes à gestão conservadora foi formulada a hipótese de que o nível de *disclosure* dos ativos intangíveis das empresas familiares é menor quando comparado ao das companhias não familiares. A partir dos resultados encontrados, não se pôde rejeitar a hipótese nula deste estudo, verificando, que não há diferenças significativas entre os níveis de *disclosure* das entidades dos dois segmentos analisados.

Observa-se que dentre as pesquisas apresentadas não existem estudos nacionais que buscam relacionar empresas familiares com o nível de evidenciação de informações por segmento. Nesse cenário, torna-se relevante a análise da influência do controle familiar, no *disclosure* de informações contábeis em empresas brasileiras. Surgindo assim a hipótese dessa pesquisa:

H₁: Controle familiar influencia negativamente a divulgação do relatório de informações por segmentos.

Devido a representatividade das empresas familiares na economia mundial inclusive no Brasil, a relevância da divulgação de informações por segmento na tomada de decisões e a tendência do conservadorismo adotado pelas empresas familiares, acredita-se que as mesmas não possuem interesse em divulgar informações adicionais aos seus usuários externos e consequentemente apresentam um menor nível de divulgação de informações por segmento.

3 METODOLOGIA

3.1 Delineamento da pesquisa

Com base no objetivo a pesquisa classifica-se como um estudo descritivo, pois apresenta as características da publicação das informações por segmentos divulgados pelas companhias constantes na amostra e sua relação com a propriedade familiar. O objetivo principal foi descrever características de determinada população ou fenômeno ou a relação entre as variáveis analisadas (GIL, 2008). Quanto aos procedimentos técnicos, trata-se de uma pesquisa documental por utilizou as notas explicativas das empresas disponíveis nas demonstrações financeiras publicadas no site da B3 e do formulário de referência das empresas.

Quanto à abordagem do problema este estudo se caracteriza como qualitativo e quantitativo. Qualitativo, pois procurou analisar e compreender os vários aspectos acerca do tema, através da análise de conteúdo das informações divulgadas pelas companhias para a formação do índice de divulgação. Feito isso, os dados foram quantificados, tornando-se passíveis da análise por métodos quantitativos, através de um modelo de regressão linear múltipla.

3.2 População, amostra e coleta de dados

A população da pesquisa compreendeu as companhias de capital aberto familiares e não familiares listadas na B3 com demonstrações financeiras publicadas durante os anos de 2010 a 2016, exceto as empresas do setor financeiro e outros. O total de 312 empresas atenderam a esse critério. Para coleta de dados, foram analisadas as demonstrações contábeis de cada uma das empresas da população em busca da nota explicativa de divulgação de informações por segmento. Os dados foram obtidos através do *website* da Comissão de Valores imobiliários (CVM) e da B3.

A partir da análise das notas explicativas das empresas foi possível verificar que das 312 empresas analisadas cerca de 12% não divulgam informação por segmento em nenhum dos 7 anos analisados na pesquisa. Foram excluídas ainda, as empresas que não citaram nas notas explicativas, informações por segmento, conforme o CPC 22, sendo que a amostra final foi composta por 275 empresas. Entre as justificativas para não divulgação, destaca-se que a empresa não tinha segmentos, assim a adoção do CPC 22 não se justifica, pois, a empresa reporta e monitora suas operações como um todo.

As empresas que compõe a amostra foram classificadas entre familiares e não familiares. Para esta classificação foram adotados os critérios utilizados por Martinez; Ramalho (2014) e por Silva; Souza; Klann (2016) pautados no controle, propriedade e gestão das empresas.

De acordo Martinez; Ramalho (2014) e Silva; Souza; Klann (2016), pode-se verificar o controle ao analisar se os integrantes da família fazem parte do grupo de controladores da empresa. A propriedade familiar é considerada no caso de os membros familiares possuírem mais que 10% das ações ordinárias. E a gestão familiar será considerada quando algum membro da família fizer parte do Conselho de Administração. A partir da consulta do formulário de referência de cada uma das empresas disponíveis no *website* da Comissão de Valores Imobiliários, foi possível verificar cada uma dessas informações.

A Tabela 1, apresenta a quantidade de empresas familiares e não familiares classificadas

por setor de atuação.

Tabela 1. Empresas familiares e não familiares classificadas por setor de atuação

Setor	Sigla	Familiares	Não Familiares
Bens industriais	BIND	16	42
Consumo cíclico	CCIC	40	36
Consumo não cíclico	NCIC	12	10
Material básico	MBAS	11	19
Petróleo, Gás e Biocombustíveis	SAUD	1	7
Saúde	TECN	5	7
Tecnologia da informação	PTRO	3	4
Telefonia	TELE	1	4
Utilidade pública	UPUB	0	57
Total de empresas da Amostra:		89	186

Fonte: Dados da Pesquisa (2017).

Conforme a tabela, das 275 empresas que compõe a amostra, 89 foram classificadas como empresas familiares e 186 como empresas não familiares. Em seguida as notas explicativas de cada empresa foram analisadas afim de se obter as informações que envolvem a divulgação de informações por segmento de cada empresa.

Entre estas 275 empresas que divulgaram informações por segmento no período, 37% informaram ter apenas um segmento operacional e, por este motivo, evidenciaram apenas informações consolidadas. Assim, 172 empresas informaram ter dois ou mais segmentos operacionais. A análise de conteúdo foi realizada somente nas empresas que divulgaram dois ou mais segmentos, visto que empresas que divulgam apenas um segmento estão de acordo com a norma, uma vez que evidenciaram tal informação em nota explicativa. Esse critério para a análise das notas explicativas das empresas é semelhante ao adotado por Schvirck (2014) e por Souza, Schäfer e Gasparetto (2016).

Das 172 empresas que poderiam ser analisadas caso todas as informações fossem apresentadas nos 7 anos pesquisados, foram identificados que em 61 delas alguma das variáveis para realizar a pesquisa não estavam disponíveis, assim, 111 empresas compõem a amostra do estudo, totalizando 777 observações, as quais foram consideradas no desenvolvimento do modelo de regressão com dados em painel.

3.3 Análise de Conteúdo

Para análise de conteúdo, foi elaborado um *checklist* adaptado ao adotado e utilizado por Souza, Schäfer e Gasparetto (2016), que contém os critérios de evidenciação referentes às informações por segmento das empresas. O *checklist* utilizou as informações contidas no CPC 22 e nos estudos de Schvirck, (2014) e Souza, Schäfer e Gasparetto (2016), como base para a análise de conteúdo das notas explicativas.

No total, foram utilizados 27 critérios na análise de conteúdo, todos evidenciados no Quadro 1:

Quadro 1. Checklist Evidenciação dos critérios de Divulgação CPC 22

Item	Item CPC 22	Critérios de divulgação o CPC 22
1	22 a	Os fatores utilizados para identificar os segmentos divulgáveis da entidade
2	22 b	Tipo de produtos e serviços a partir dos quais cada segmento divulgável obtém suas receitas.
3	23	O Lucro ou prejuízo de cada segmento.
4	23	Ativo total de cada segmento.
5	23	Passivo total de cada segmento.
6	23	Receitas provenientes de clientes externos ou receita total
7	23 b	Receitas de transações com outros segmentos operacionais da mesma entidade.
8	23 c	Receitas financeiras.
9	23 d	Despesas financeiras.
10	23 e	Depreciações e amortizações.
11	23 g	Resultados em investimentos avaliados por equivalência patrimonial.
12	23 h	Despesas ou receita com imposto de renda e receita ou despesa com contribuição
13	27 a	Base de contabilização para quaisquer transações entre os segmentos divulgáveis.
14	28 a	O total das receitas dos segmentos divulgáveis com as receitas da entidade.
15	28 b	O total dos valores de lucros ou prejuízos dos segmentos em relação aos valores da
16	28 c	O total dos ativos dos segmentos com os ativos da entidade.
17	28 d	O total dos passivos dos segmentos com os passivos da entidade, caso estes valores sejam divulgados.
18	29	Se houver alteração na estrutura da organização interna, de maneira a alterar a composição dos segmentos divulgáveis.
19	32	Receitas provenientes de clientes externos em relação a cada produto e serviço.
20	33 a i	Receitas provenientes de clientes externos atribuídos ao país-sede da entidade.
21	33 a ii	Receitas provenientes de clientes externos atribuídos a todos os outros países onde a entidade obtém receitas.
22	33 b i	Ativos não circulantes localizados no país sede.
23	33 b ii	Ativos não circulantes localizados em todos os países estrangeiros onde a entidade mantém ativos.
24	33	Informações por região geográfica no Brasil
25	34	Relevância de clientes na composição das receitas.
26	7	Principal Gestor das operações
27	13	Quantidade de Segmentos

Fonte: Adaptado Souza, Schäfer e Gasparetto (2016)

Para mensurar os diferentes níveis de evidenciação das empresas foi criada a variável Indicador de *Disclosure* (ID), que representa o número de divulgação de informações por segmento de cada uma das empresas. Foram verificados a presença dos 27 itens do *checklist* nas notas explicativas das empresas. Para cada item foi atribuído o número zero para o item não evidenciado e o número um para o item evidenciado, conforme Quadro 2.

Quadro 2. Quantificação dos critérios de divulgação

Pontos	Abrangência do Conteúdo
0	Não foi mencionado nas notas explicativas
1	Foi mencionado nas notas explicativas

Fonte: Adaptado de Souza, Schäfer e Gasparetto (2016).

Optou-se por não atribuir pesos diferentes a cada item divulgado, afim de evidenciar a percepção de adoção da norma como um todo, sem privilegiar item específico. Esse é um limitador da pesquisa, visto que alguns itens da norma não são aplicáveis a todas as empresas, logo ao observar que um item não foi mencionado, a justificativa para tanto pode ser o fato do item não ser aplicável a aquela empresa.

O indicador de *disclosure* (ID) de informações por segmento corresponde a somatória dos pontos atribuídos a cada item, podendo totalizar até 27 pontos. Depois de quantificados por meio das notas explicativas, os dados coletados foram tabulados em software Microsoft Office Excel.

3.4 Variáveis e Modelo da Pesquisa

Após a análise de conteúdo, os dados foram quantificados onde a somatória da pontuação obtida de cada empresa corresponde à variável dependente do modelo de regressão aplicado. Essa variável foi representada pela sigla ID (índice de *disclosure* por segmento). Por meio do modelo de regressão de dados em painéis, foi possível verificar a influência da variável empresa familiar no ID. As variáveis consideradas na pesquisa estão representadas no Quadro 3.

Quadro 3. Resumo variáveis do modelo.

Descrição	Sigla	Autores	Fonte	Relação esperada
VARIAVEL DEPENDENTE				
Índice de Nível de <i>Disclosure</i>	ID	Schvirck (2014); Souza, Schäfer e Gasparetto (2016); Áillon	Demonstrações Contábeis	
VARIAVEIS INDEPENDENTES				
Família	FAM	Silva (2015); Martinez; Ramalho (2014) Silva; Souza; Klann (2016)	Formulário de Referência	(-)
Governança Corporativa	GOV	Souza et.al (2016); Mapurunga, Ponte e Holanda (2014)	B3	(+)
Endividamento	DIV	Souza, Schäfer e Gasparetto (2016); Souza et.al(2016)	Economática	(-)
Rentabilidade	ROA	Schvirck (2014);	Economática	(+)
Tamanho	TAM	Souza et.al (2016); Mapurunga, Ponte e Holanda (2014); Schvirck	Economática	(+)
Setor	SET	Souza et.al (2016); Mapurunga, Ponte e Holanda (2014), Schvirck	B3	

Fonte: Elaborada pela autora (2017)

A variável dependente do estudo consiste no Índice de Nível de *Disclosure* das informações por segmento (ID) é calculada a partir dos resultados obtidos na primeira etapa da pesquisa. A variável independente familiar é obtida pela aplicação da variável *dummy*, em que Fam recebeu 1 se a empresa era familiar; e zero, caso contrário. A hipótese testada é que as empresas familiares influenciam negativamente na divulgação do relatório por segmentos.

Com relação as variáveis de controle, utiliza-se como *proxy* de governança corporativa os diferentes níveis adotados pela B3, representados por variável *dummy* tendo como base de comparação as empresas que não aderiram a nenhum dos níveis. Os estudos de Souza et.al (2016); Mapurunga, Ponte e Holanda (2014) e Souza, Schäfer e Gasparetto (2016) indicam que empresas que atuam nos níveis mais elevados de governança corporativa, evidenciam mais informações que não aderiram a nenhum dos níveis. Espera-se que empresas listadas em um dos Níveis de Governança Corporativa da B3 evidenciem mais informações por segmento do que que não aderem a nenhum dos níveis.

O endividamento obtém-se pelo índice calculado a partir da divisão do passivo exigível (capital de terceiros) pelo patrimônio líquido (capital próprio). De acordo com Souza, Schäfer e Gasparetto (2016) e Souza et al. (2016) a relação esperada em é que empresas com maior grau de endividamento evidenciam menos informações por segmento.

A rentabilidade é calculada pela divisão do lucro líquido pelo ativo total. Em seus estudos Schvirck (2014) e Mapurunga, Ponte e Holanda (2014) destacam que empresas de maior rentabilidade evidenciam mais informações por segmento. Definiu-se como *proxy* de tamanho o valor em moeda corrente do ativo total das empresas em cada ano. De acordo com Souza et.al (2016); Mapurunga, Ponte e Holanda (2014); Schvirck (2014), a relação esperada é que empresas com maior valor de ativos totais evidenciam mais informações por segmento, uma vez que o tamanho é uma variável representativa do porte das organizações e deve influenciar positivamente na evidenciação.

Por fim, o setor é representado nesta pesquisa como variável *dummy*, segmentado em dez setores de acordo com a classificação da B3. A relação esperada é que empresas de setores mais regulados evidenciam mais informações por segmento, que empresas dos demais setores. Souza, Schäfer e Gasparetto, (2016) aponta que setores que são mais fiscalizados e reguladas pelo governo já estão habituadas a divulgarem informações por segmento, mesmo antes da obrigatoriedade imposta pela norma, logo espera-se que o grau de evidenciação das empresas destes setores será maior.

Para análise dos dados foi utilizado o modelo de regressão múltipla de dados em painel. Este modelo é bastante útil quando se deseja estudar o comportamento de determinado fenômeno que se altera entre indivíduos e simultaneamente, de forma temporal (FÁVERO, 2015). O modelo utilizado para analisar os determinantes da relação entre o índice de *disclosure* das informações por segmento e o controle familiar foi dado pela seguinte equação:

$$ID_{ij} = \beta_0 + \beta_1 FAM_{ij} + \beta_2 GOV_{ij} + \beta_3 DIV_{ij} + \beta_4 ROA_{ij} + \beta_5 TAM_{ij} + \beta_6 SET_{ij} + we_{ij}$$

Onde:

ID_{ij}= pontuação da empresa *i* no tempo *j* definidas por meio dos critérios de quantificação da pesquisa;

FAM_{ij}: = *dummy*, em que Fam = 1 se a empresa for familiar; e Fam = 0 não familiar da empresa *i* no tempo *j*;

GOV_{ij} = dummy do nível de governança (empresa pertence a algum dos níveis de governança corporativa = 1; empresa não pertence a nenhum nível de governança = 0) da empresa i no tempo j ;

DIV_{ij} = Endividamento calculado pela divisão do passivo exigível (capital de terceiros) pelo patrimônio líquido (capital próprio) da empresa i no tempo j ;

ROA_{ij} = log do índice de rentabilidade calculado pela divisão do lucro líquido pelo ativo total sobre o ativo (ROA) da empresa i no tempo j ;

TAM_{ij} = log Ativo Total (em reais) da empresa i no tempo j ;

SET_{ij} = Setor ao qual pertence a respectiva empresa i segundo a classificação B3 no tempo j ;

β_0 = intercepto;

$\beta_1 \dots \beta_6$ = constantes;

we_{ij} = erro da regressão;

Os modelos de regressão em dados em painel podem ser lineares ou não lineares. Quando a variável dependente do modelo se trata de uma variável quantitativa pode-se considerar que a regressão será linear. Caso a variável dependente seja qualitativa, temos uma regressão não linear. Nesse estudo a variável dependente ID é quantitativa, logo o modelo de regressão a ser adotado é o de regressão linear para dados em painel.

De acordo com Fávero et.al (2009), existem três abordagens mais comuns de análise de dados em painel: *pooled independent cross-sections* (POLS), que representa uma regressão em sua forma convencional, onde o coeficiente angular da variável explicativa é o mesmo para todas as observações ao longo do tempo; a de efeitos fixos que considera que as alterações nas *cross-sections* ao longo do tempo; e a de efeitos aleatórios refletem as diferenças individuais do intercepto de cada empresa no termo do erro.

Para definição de qual modelo seria o utilizado, foram realizados os testes de Chow, Breusch-Pagan e Hausman, descritos em Fávero (2015). Estes testes permitem identificar qual a melhor abordagem é a mais adequada. Para testar a auto correlação foi utilizado o teste de Wooldridge, e a heterocedasticidade foi testada através do teste de razão de Verossimilhança. Para a análise de dados foi utilizado o *software Stata 13.0*.

4 DESCRIÇÃO E ANÁLISE DOS DADOS

4.1 Divulgação de informações por Segmento

Por meio da análise de conteúdo foi possível obter o indicador de *disclosure* (ID) de cada uma das empresas. A pontuação máxima que cada empresa poderia obter era de 27 pontos. As estatísticas descritivas referentes ao índice de divulgação por segmento das empresas analisadas estão apresentadas na Tabela 2.

Tabela 2. Estatística descritiva –Índice de *Disclosure* das empresas por ano

	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016
Média	14,73	15,27	15,34	15,11	14,97	15,04	14,90
Covariância	0,32	0,29	0,29	0,29	0,31	0,31	0,32
Desvio padrão	4,74	4,40	4,39	4,45	4,62	4,65	4,75
Mínimo	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00	3,00
Máximo	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00	25,00

Fonte: Dados da Pesquisa (2017)

De acordo com os dados da Tabela 2 a pontuação média do ID das empresas variou entre 14,73 e 15,34 pontos dos 27 pontos que poderiam alcançar. Nos três primeiros anos houve um aumento do ID médio, porém a partir de 2013 esses valores entraram em queda com uma pequena melhora em 2015, mais caindo para 14,90 em 2016. A mediana, o valor máximo e mínimo foram os mesmos ao longo do período analisado.

Esses valores demonstram que ainda é baixo o nível de *disclosure* de informações por segmento no Brasil. Fatores como a grande flexibilidade permitida pela norma na escolha da informação a ser divulgada e a falta de padronização da definição dos segmentos, são fatores que podem influenciar nesse baixo nível de *disclosure*. Entretanto, observa-se um aumento no nível de evidenciação nas empresas da amostra quando comparados com os valores encontrados por Áillon et.al (2013) com média de 9,1 pontos de 50 pontos possíveis e Souza et.al (2016) com média entre 8,76 e 9,74 dos 40 pontos possíveis.

Para análise do *disclosure* por segmento, os dados foram segregados ainda de acordo com as empresas analisadas, ou seja, em familiares e não familiares. Na Tabela 3 apresenta-se o índice de *disclosure* por segmento, distribuídos em empresas familiares e não familiares.

Tabela 3. Estatística descritiva –ID de empresas familiares e não familiares

	Familiar	Não familiar
Média	14,01	15,76
Mediana	14,00	17,00
Desvio padrão	4,69	4,33
Mínimo	3,00	3,00
Máximo	23,00	25,00
Total de empresas	45,00	66,00

Fonte: Dados da Pesquisa (2017)

Ao segregar o índice de *disclosure* por segmento entre empresas familiares e não familiares percebeu-se que em média as empresas familiares divulgam menos informação por segmento do que as empresas não familiares, esses valores vão de encontro aos achados de Chen e Radhakrishnan (2007), que indicaram que as empresas familiares têm menos interesse em divulgar informações adicionais aos usuários externos. Entre as 111 empresas analisadas, 45 foram consideradas familiares e 66 não familiares. O ID médio alcançado pelas empresas familiares foi de 14,01, enquanto o das empresas não familiares foi de 15,76. A mediana das empresas familiares foi de 14 pontos, já das empresas não familiares esse valor foi um pouco maior, 17 pontos. O desvio padrão dos dois grupos foi próximo, porém das empresas familiares esse valor foi um pouco maior, indicando que a amostra das empresas familiares possui dados mais dispersos do que as empresas não familiares. O valor mínimo em ambas amostras é de 3 pontos, já o valor máximo das empresas familiares é menor do que as empresas não familiares.

Também se observou o comportamento da variável governança corporativa (GOV) em relação ao o índice de *disclosure* por segmento. Os dados foram apresentados na Tabela 4.

Tabela 4. Estatística descritiva –ID dos níveis de governança corporativa

	Governança Corporativa	Tradicional
Média	16,04	13,00
Mediana	17,00	13,00
Desvio padrão	4,25	4,50
Mínimo	3,00	3,00
Máximo	25,00	22,00

Fonte: Dados da Pesquisa (2017)

Observou-se que a média do ID em empresas que pertencem a algum nível de governança corporativa é superior que a média das empresas que não pertencem a esses setores. O mesmo é observado na mediana, nos valores de máxima. O desvio padrão indica a dispersão dos dados em relação à média, é possível observar que as medidas de ambos os grupos são bastante similares, entretanto, as empresas que possuem algum nível de governança corporativa possuem dados menos dispersos que as empresas do nível tradicional. Como se sabe, as empresas para pertencerem a um nível de governança corporativa são mais transparentes e alinhadas as normas contábeis, oferecendo maior segurança e tranquilidade aos investidores, logo é possível inferir que as empresas com maior ID, tendem a pertencer a algum nível de governança corporativa. Neste sentido, Schvirck (2014) observou que o grau de governança corporativa adotado pelas empresas, conforme o padrão da B3, demonstra melhor *disclosure* nas empresas listadas nos níveis mais elevados.

Por fim, foram verificados o índice de *disclosure* por setor de atuação. Os dados estão apresentados na Tabela 5.

Tabela 5. Estatística descritiva- ID por setor de atuação

Setor	Média	Desvio padrão
Bens industriais	15,17	17,00
Consumo cíclico	15,04	16,00
Consumo não cíclico	15,21	15,00
Material básico	15,01	16,00
Petróleo, Gás e Biocombustíveis	14,29	15,00
Saúde	16,79	20,00
Tecnologia da informação	18,64	18,50
Telefonia	15,30	17,00
Utilidade pública	9,80	10,00

Fonte: Dados da Pesquisa (2017)

Ao analisar a média do ID por setor de atuação, é possível observar que em média os setores que mais divulgam informações por segmento são os setores de Petróleo e Gás, com média de 18,64 pontos seguidos pelo setor de Tecnologia com média de 16,79. Já os que menos divulgaram foram os de utilidade pública com média de 9,80 pontos e materiais básico com

15,01 pontos. Os dados foram dispersos, o que demonstra que não existe uma tendência de divulgação de informações por segmento nas empresas do mesmo setor.

Esse resultado vai de acordo ao apontado por Schvirck (2014) que verificou que os setores onde a regulação é mais presente, caso das telecomunicações e petróleo, gás e biocombustíveis, que apresentaram as melhores médias, e utilidade pública em que foi registrado o maior IDS, tendem a melhor nível de *disclosure*, ou seja, as informações são divulgadas de maneira mais completa e mais informativa do que nos outros setores. Porém, Schvirck (2014) destaca que em todos os setores analisados há empresas com bom nível de *disclosure*, mas a grande dispersão do indicador nestes setores fez com que a média setorial fosse inferior. Não podendo assim afirmar que a diferença no nível de *disclosure* entre os setores foi relevante.

4.2 Análise do modelo proposto

No intuito de testar a hipótese da pesquisa, aplicou-se o modelo econométrico de regressão linear múltipla em dados em painel, que tem como variável dependente o índice de *disclosure* de informações por segmento (ID), e como variável independente a *proxy* família (FAM), além das demais variáveis de controle. Primeiramente, executou-se o teste de Chow, cujo *p-valor* significativo indicou que a melhor abordagem é a de efeitos fixos, em comparação com o POLS. Em seguida, aplicou-se o teste de Breusch-Pagan para analisar se a variância entre as empresas é igual a zero, ou seja, se não existem diferenças significativas entre elas. Como o resultado foi significativo, pode-se rejeitar a hipótese de que o modelo de POLS é o mais adequado.

A partir do resultado destes dois testes foi possível rejeitar a hipótese de que a estimação da regressão usando a abordagem de POLS é a mais adequada neste caso. O passo seguinte consistiu em definir se a abordagem a ser utilizada é a de efeitos fixos ou aleatórios. Nestes casos é utilizado o teste de Hausman, sendo que o mesmo busca rejeitar a hipótese nula de que o modelo aleatório é o mais adequado aos dados, com uma confiabilidade de 95%. Como o resultado gerado foi de um *p-valor* de 0,2915 não é possível a rejeição da hipótese, sendo, desta forma a abordagem pelo modelo aleatório considerado o ideal para os dados desta pesquisa. Como a influência temporal pode ser significativa em dados em painel, é importante verificar a existência de correlação serial de primeira ordem nos termos de erro, ou seja, verificar a existência de correlação entre uma observação e a observação imediatamente anterior. Para isso, foi aplicado o teste de Wooldridge.

Como o *p-valor* foi significativo, não foi possível rejeitar a hipótese nula de que não há correlação serial de primeira ordem nos termos de erro, ou seja, existem efeitos auto regressivos de primeira ordem nos termos de erro. Também foi verificada a heterocedasticidade, por meio do teste da Verossimilhança, a hipótese nula do modelo foi rejeitada, o que indicou que não há heterocedasticidade, atendendo os pressupostos do modelo de regressão.

Para controlar o problema de auto correlação foi utilizado o modelo de painel auto regressivo de primeira ordem que corrigiu esse problema. Os resultados finais do modelo constam na Tabela 6.

Tabela 6. Regressão com dados em painel com correção de auto correlação

Variável	Coefficiente	Erro-padrão robusto	Estatística t	P-valor
FAM	-1,3908	0,8276	-1,6800	0,09300*
GOV	2,6281	0,7984	-3,2900	0,00100***
DIV	0,0000	0,0000	-0,0600	0,9510
ROA	-0,0186	0,0042	-4,3800	0,0000***
TAM	1,4191	0,0000	-1,3300	0,1820
Setor				
CCIC	0,2080	1,0763	0,1900	0,8470
MBAS	0,4043	1,1332	0,3600	0,7210
NCIC	0,1483	1,4191	0,1000	0,9700
TECN	-1,8427	2,8074	-0,6600	0,5120
TELE	1,5638	2,8396	0,5500	0,5820
PTRO	3,5012	2,1968	1,5900	0,1110
UPUB	-0,4369	1,2497	-0,3500	0,7270
SAUD	-4,4764	1,8827	-2,3800	0,01700**
P-valor (F):	0,0000	R ² =0.1862	Nº de observações: 777	

Nota: os asteriscos significam número de significância: 1% (***), 5% (**) e 10% (*).

Fonte: Dados da Pesquisa (2017)

Analisando a Tabela 6, é possível observar que o modelo foi significativo, considerando um nível de significância de 1%, rejeitando assim a hipótese nula de que todos regressores são iguais a zero. O poder explicativo do modelo é de 18,62% e o número de observações testadas foi de 777.

Entre as variáveis analisadas, constata-se que as variáveis dívida (DIV), tamanho (TAM) não foram significativas, o que indica que o endividamento e o tamanho da empresa foram estatisticamente insignificantes para explicar o índice de *disclosure* das informações por segmento das empresas. Em relação a variável endividamento, os resultados estão em concordância aos achados de Mapurunga, Ponte e Holanda (2014), entretanto as pesquisas de Souza, Schäfer e Gasparetto (2016), Souza et.al (2016), Áillon *et al.* (2013) apontam que o endividamento é identificado como um dos fatores que influenciam a divulgação, reforçando a ideia de que os credores exigem a apresentação de dados sobre os segmentos como forma de reduzir a assimetria de informação.

Em relação ao tamanho, os resultados desta pesquisa foram contrários aos encontrados por Silva e Pinheiro (2012), Schvirck (2014), Mapurunga, Ponte e Holanda (2014), e Souza et.al (2016) que afirmam que o tamanho das empresas é identificado como um dos fatores que influenciam os níveis de divulgação. Empresas maiores apresentam maior nível de divulgação, uma vez que estas têm maior capacidade de suportar os possíveis custos decorrentes do processo de divulgação e tendem a ser mais diversificadas, entretanto, isso não foi confirmado neste estudo.

Já as variáveis família (FAM), governança (GOV) e rentabilidade (ROA) foram significantes, indicando que as variáveis família, governança corporativa e rentabilidade influenciam o índice de *disclosure* de informações por segmento das empresas. Além destas, entre as variáveis que representam setor, somente a variável saúde (SAUD) foi significativa, o que indica que entre os setores, somente o setor de saúde influencia no índice de *disclosure* de informações por segmento.

A variável família foi significativa a um nível de 10% e possui coeficiente de variação negativo, isso significa que o ID é influenciado negativamente pela presença do controle familiar nas empresas, confirmando assim, a hipótese desse estudo, ao indicar que as empresas

familiares tendem a influenciar negativamente a divulgação de informações por segmento nas empresas. De acordo com Grillo et al. (2017) o controle familiar tende a afetar as informações contábeis tornando-as menos relevantes e tempestivas principalmente quando existem conflitos de interesse entre acionistas majoritários e minoritários. Esse fato afeta a divulgação de informações por segmento, na medida que não é interessante para família que controla os negócios, evidenciar muitos aspectos da gestão do negócio, já que essa pode estar sendo feita de maneira que atenda mais o interesse da família, do que dos demais acionistas.

Com esse resultado, pode-se inferir que as empresas familiares ao evidenciarem informações por segmento não possuem interesse em divulgar todos requisitos da norma, esse resultado vai ao encontro ao apontado por Chen e Radhakrishnan (2007), que afirma que as empresas familiares divulgam com qualidade o que as normas contábeis exigem, mas não têm interesse em divulgar informações adicionais aos seus usuários externos.

O nível de governança corporativa apresenta nível de significância de 1% e coeficiente de variação positivo, o que indica que as empresas que adotam melhores práticas de governança corporativa (conforme classificação da B3) têm uma maior propensão a divulgar informações por segmentos. Este resultado está em consonância com Schvirck (2014), Mapurunga, Ponte e Holanda (2014) e Schvirck e Gasparetto (2011) e Souza et.al (2016), apesar de diferir do encontrado por Áillon et al. (2013) e Souza, Schäfer e Gasparetto (2016).

A rentabilidade também foi significativa a um nível de 1 %, porém apresentou o coeficiente de variação negativo, indicando que empresas com maiores rentabilidades divulgam menos informações por segmento. Esse achado contraria a hipótese do modelo e também os achados de Mapurunga, Ponte e Holanda (2014) e Weschenfelder e Mazzioni (2014) e Souza et.al (2016) que não encontraram relação entre os níveis de divulgação de informações sobre segmentos das empresas e sua rentabilidade.

Em relação aos setores de atuação, o único que apresentou significância foi o setor de saúde, a um nível de 5%, com correlação negativa, indicando que as empresas que pertencem ao setor de saúde divulgam menos informações por segmento. Esse achado diverge os resultados encontrados por Schvirck (2014) que não conseguiu estabelecer relação direta entre o nível de divulgação por segmento e os setores de atuação. Nota-se que este resultado e também os achados de Schvirck (2014), que ainda é difícil estabelecer se existem relações entre os setores e o nível de evidenciação de informações por segmento, devido à falta de padrões entre as empresas do mesmo setor.

Tendo em vista o que foi apresentado neste capítulo, no Quadro 4 as sínteses das relações esperadas são apresentadas.

Quadro 4. Relação esperada e obtida das variáveis explicativas

Variável	Relação esperada	Relação Obtida
Família	Negativa	Negativa
Governança Corporativa	Positiva	Positiva
Endividamento	Negativa	Não significativo
Rentabilidade	Positiva	Negativa
Tamanho	Positiva	Não significativo

Fonte: Dados da Pesquisa (2017)

Em suma, pode-se afirmar que a divulgação de informações por segmento é influenciada negativamente pela presença familiar, visto que as empresas familiares possuem peculiares processos de gestão e tomada de decisão e nem sempre os interesses da família que controla os negócios são convergentes aos interesses dos demais acionistas. A família, em geral, pensa na perpetuidade e na preservação da riqueza sócio emocional do negócio, o que pode divergir dos interesses dos demais acionistas. Assim, ao evidenciar informações por segmento os gestores podem escolher divulgar somente as informações que estão alinhadas com os interesses da família. Além disso, as empresas familiares tendem a evidenciar menos, a fim de preservar características do negócio, não divulgando informações que podem ser úteis para concorrência.

5 CONCLUSÃO

A divulgação de informações por segmentos pode contribuir com o aprimoramento da qualidade informacional das demonstrações contábeis, visto que ela carrega uma parcela de informações estratégicas da gestão do negócio, permitindo que os diversos usuários possam analisar com maior detalhamento e profundidade os elementos referentes às operações da companhia. Em contrapartida, as empresas familiares ocupam um importante papel em nossa economia, mais pouco se sabe sobre a influência do controle familiar na divulgação e detalhamento das informações financeiras. Assim, é relevante analisar a divulgação de informações por segmento, permitindo entender como as empresas brasileiras têm utilizado os critérios apontados pelo CPC 22 e se a evidenciação sofre influência da presença familiar

O objetivo da pesquisa foi verificar a relação do controle familiar na divulgação de informações por segmento nas empresas brasileiras a fim de testar se o controle familiar influencia negativamente na divulgação do relatório de informações por segmentos. Para isso foram analisadas as notas explicativas de 275 empresas listadas na B3, no período de 2010 a 2016, sendo 89 empresas classificadas como empresas familiares e 186 como empresas não familiares. Destas apenas em 111 empresas foram obtidas todas as informações necessárias para análise. Observou-se que os índices de divulgação ainda são baixos e variam entre as empresas brasileiras, uma vez que os requisitos estabelecidos pelo CPC 22 possibilitam grande flexibilidade na informação a ser divulgada. Entretanto esses valores são superiores aos encontrados por Áillon et.al e Souza et.al (2016).

Concluiu-se que em relação ao índice de *disclosure* de informações por segmento (ID) as empresas familiares divulgam menos informações por segmento do que as empresas não familiares. Isso ocorre devido a discricionariedade permitida na adoção do CPC 22, onde os gestores ao decidirem o que deve ser evidenciado ou não, podem escolher divulgar somente as informações que estão alinhadas com os interesses da família controladora. Além disso, com intuito de preservar a riqueza sócio emocional do negócio, os gestores podem acabar não divulgando informações que podem ser úteis aos demais investidores em prol de atender o interesse da família.

O nível de governança corporativa influenciou positivamente, ou seja, empresas que pertencem a um nível de governança corporativa divulgam mais informações por segmento que as empresas pertencentes ao setor tradicional. A rentabilidade também apresentou relevância no modelo, mais de maneira divergente ao esperado. As empresas com maior rentabilidade apresentaram menor índice de *disclosure* de informações por segmento. Entre as variáveis de setor, o único que apresentou significância no modelo, foi o setor de Saúde.

Conclui-se, portanto, que nas empresas brasileiras listadas na B3, a divulgação de informações por segmento é influenciada pelo controle familiar, no caso, específico, a tendência

de divulgar menos informações, e que as variáveis, nível de governança corporativa, rentabilidade e setor de saúde, influenciam nessa divulgação.

Ressalta-se entre as limitações da pesquisa, o fato de que alguns critérios que a norma traz não são aplicáveis a todas as empresas, ou seja, dependendo da organização o item pode ser aplicável ou não. Outra limitação é o indicador utilizado para mensurar o índice de *disclosure* que está voltado para a quantidade de informações divulgadas, mas não leva em consideração quais informações delas seriam as mais relevantes. Além disso, os resultados obtidos estão sujeitos ao modelo econométrico adotado. Outra limitação está no fato de que muitas empresas não precisam divulgar informações por segmento, logo não foram analisadas nesta pesquisa. Por fim a própria análise de conteúdo por depender da classificação do pesquisador, e que também pode também limitar os resultados.

Para estudos futuros sugere-se, verificar se a divulgação de informações por segmento é relevante na tomada de decisão de investimento, analisar a divulgação de informações por segmento por setores de maneira a entender se existem alguma padronização na divulgação se as empresas familiares oferecem mais riscos ou não para os investidores, analisar como as empresas familiares se comportam na adoção de outras normas contábeis.

REFERÊNCIAS

- AILLÓN, Humberto Silva et al. **Análise das informações por segmento: divulgação de informações gerenciais pelas empresas brasileiras.** Revista Contemporânea de Contabilidade, v. 10, n. 19, p. 33-48, 2013.
- ALI A., CHEN T.Y., RADHAKRISHNAN S.: **Corporate disclosures by family firms**, in Journal of Accounting and Economics, vol. 44, p. 238–286, 2007
- ANDERSON, Ronald C.; REEB, David M. **Founding-family ownership and firm performance: evidence from the S&P 500.** The journal of finance, v. 58, n. 3, p. 1301-1328, 2003.
- BERNHOEFT, R. **Empresa familiar: sucessão profissionalizada ou sobrevivência comprometida.** 2. ed. São Paulo: Nobel, 1989
- BOSCOV, C. P. **O enfoque gerencial na divulgação de informações por segmento.** 2009. Tese de Doutorado. Faculdade de Economia, Administração e Contabilidade da Universidade de São Paulo. São Paulo.
- CASCINO, S.; PUGLIESE, A.; MUSSOLINO, D.; SANSONE, C. **The Influence of Family Ownership on the Quality of Accounting Information.** Family Business Review, 23:3, 246-265, 2010.
- CPC–COMITÊ, DE PRONUNCIAMENTOS CONTÁBEIS. **Pronunciamento técnico CPC 22. Informações por segmento.** Disponível em: < <http://www.cpc.org.br/CPC/DocumentosEmitidos/Pronunciamentos/Pronunciamento>, 2009.
- DONNELLEY, R.G. **A empresa familiar.** Versão eletrônica. Revista de Administração de Empresas, v. 7, n. 23, p. 161-198, 1967.
- ESPEJO, Márcia Maria dos Santos Bortolucci; DO PRADO DACIÊ, Franciele. **Redução da assimetria informacional sob a ótica do controle gerencial: discussão sobre práticas em empresas transparentes.** Revista Contabilidade & Finanças, v. 27, n. 72, p. 378-392, 2016.
- FÁVERO, L. P.; et al. **Análise de dados. Modelagem multivariada para tomada de decisões.** Rio de Janeiro: Campus, 2009.
- FÁVERO, L. Paulo. **Análise de dados: modelos de Regressão com Excel, Stata e SPSS.** Elsevier Brasil, 2015.
- FATH, Kerlin Taiz et al. **Informações por segmento de companhias brasileiras da BM&FBOVESPA.** In: Anais do Congresso Brasileiro de Custos-ABC. 2015.
- FLORIANI, O. P. **Perpetuação das sociedades à luz do direito civil.** Curitiba: Juruá, 2005.

GARRISON, Ray H.; NOREEN, Eric W.; BREWER, Peter C. **Contabilidade Gerencial**. 11.ed. Rio de Janeiro: LTC, 2007.

GIL, Antônio Carlos. **Métodos e técnicas de pesquisa social**. 6. ed. Editora Atlas SA, 2008.

GOMEZ-MEJIA, Luis R. et al. **The bind that ties: Socioemotional wealth preservation in family firms**. *Academy of Management Annals*, v. 5, n. 1, p. 653-707, 2011.

GRILLO, Flávia Fardin et al. **Influência da presença familiar no controle, gestão e conselho de administração sobre a relevância e a tempestividade das informações contábeis**. *Revista Universo Contábil*, v. 13, n. 1, p. 85, 2017.

HENDRIKSEN, Eldon S.; VAN BREDÁ, Michael. **Teoria da contabilidade**. SÃO. Paulo: Atlas, 1999

IUDÍCIBUS, Sérgio de. **Teoria da Contabilidade: evolução e tendências**. *Revista de Contabilidade do Mestrado em Ciências Contábeis da UERJ*, v. 17, n. 2, p. 5-13, 2012.

LA PORTA, R.; LOPEZ, S. F.; SHLEIFER, A. **Corporate ownership around the world**. *Journal of Finance*, 54, 471-517, 1999.

LEONE, N.M. de C.P.G. **Sucessão na empresa familiar: preparando as mudanças para garantir sobrevivência no mercado globalizado**. São Paulo: Atlas, 2005

MAPURUNGA, Patrícia Vasconcelos Rocha et al. **Determinantes do nível de disclosure de instrumentos financeiros derivativos em firmas brasileiras**. *Revista Contabilidade & Finanças-USP*, v. 22, n. 57, 2011.

MAPURUNGA, Patrícia Vasconcelos Rocha; PONTE, Vera Maria Rodrigues; HOLANDA, Allan Pinheiro. **Fatores explicativos da aderência das firmas brasileiras ao disclosure relativo às informações por segmento**. *Enfoque: Reflexão Contábil*, v. 33, n. 1, p. 53-69, 2014.

MEMILI, Esra et al. **The propensity to use incentive compensation for non-family managers in SME family firms**. *Journal of family business management*, v. 3, n. 1, p. 62-80, 2013.

MOURA, Geovanne Dias de; FRANZ, Leandro; CUNHA, Paulo Roberto da. **Qualidade da informação contábil em empresas familiares: influência dos níveis diferenciados de governança da BM&FBovespa, tamanho e independência do conselho de administração**. *Contaduría y administración*, v. 60, n. 2, p. 423-446, 2015.

MOURAD, Nabil Ahmad. **IFRS8: segmentos operacionais: Contabilidade internacional: International Financial Reporting Standards-IFRS**. São Paulo: Atlas, 2009.

PASSOS, É.; et al. **Família, família, negócios à parte**. São Paulo: Gente, 2006.

PETRY, Luiz Inácio. **Um estudo sobre o modelo de gestão e o processo sucessório em empresas familiares**. 2005.

PETRY, Luiz Inácio; MOREIRA NASCIMENTO, Auster. **Um estudo sobre o modelo de gestão e o processo sucessório em empresas familiares**. Revista Contabilidade & Finanças-USP, v. 20, n. 49, 2009.

PINHEIRO, Valeria Aparecida Alves; BOSCOV, Camila Pereira. **Análise de informações por segmento das empresas premiadas pelo Troféu Transparência ANEFAC/FIPECAFI/SERASA 2013**. Contexto, Porto Alegre, v. 15, n. 29, p. 96-112, 2015.

RAMALHO, G. C.; MARTINEZ, A. L. **Empresas Familiares Brasileiras e a Agressividade Fiscal**. Julho, 2014.

SALVATO, Carlo; MOORES, Ken. **Research on Accounting in Family Firms: Past Accomplishments and Future Challenges**. Family Business Review, v. 23, n. 3, p. 193-215, 2010.

SCHVIRCK, Eliandro. **Relatórios por segmentos publicados pelas companhias de capital aberto no Brasil—os efeitos da divulgação no desempenho das empresas**. 2014. Tese de Doutorado. Universidade Federal de Santa Catarina.

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 (REPEC), v. 7, n. 2, 2013.

SHYU, Jonchi. **Family ownership and firm performance: evidence from Taiwanese firms**. International Journal of Managerial Finance, v. 7, n. 4, p. 397-411, 2011.

SILVA, Alini; DE SOUZA, Taciana Rodrigues; KLANN, Roberto Carlos. **TEMPESTIVIDADE DA INFORMAÇÃO CONTÁBIL EM EMPRESAS FAMILIARES BRASILEIRAS**. Revista de Administração de Empresas, v. 56, n. 5, p. 489, 2016.

SILVA, Flávia de Araújo; PINHEIRO, Laura Edith Taboada. **Estágio atual de evidenciação e fatores que influenciam o disclosure de informações por segmentos por empresas brasileiras**. Revista de Contabilidade e Controladoria. v. 4, n. 3, p. 78-94, set/dez 2012.

SILVA, Francisca; MAJLUF, Nicolás. **Does family ownership shape performance outcomes**. Journal of Business Research, v. 61, n. 6, p. 609-614, 2008.

SILVA, Júlio Orestes da. **Remuneração variável de executivos em empresas familiares brasileiras**. 2015. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.

SIMIL, ANDRE DE SOUZA; CAMPOS, OCTAVIO VALENTE. **A Gestão Familiar como Fator de Influência do Nível de Disclosure de Ativos Intangíveis**.

SOUZA, J. A. e; SARLO NETO, A. **Práticas de divulgação de informações sobre segmentos operacionais no Brasil**. Sociedade, Contabilidade e Gestão, v. 9, n. 2, p. 40-57, 2014.

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

SOUZA, Júlia et al. **Fatores que influenciam a divulgação de informações por segmentos operacionais no Brasil: análise englobando os cinco primeiros anos de aplicação do CPC 22.** Capital Científico, v. 14, n. 4, 2016.

SOUZA, Taise da Silva; SCHAFER, Joice Denise; GASPARETTO, Valdirene. **Análise do nível de evidenciação de informações por segmento das companhias brasileiras listadas no IBRX-50.** Revista Ambiente Contábil, v. 8, n. 2, p. 59, 2016.

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, v. 13, n. 39, p. 21-33, 2014.