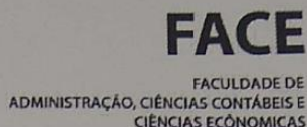
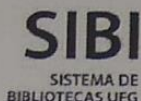


UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO, CIÊNCIAS CONTÁBEIS E ECONOMIA
PROGRAMA DE GRADUAÇÃO EM CIÊNCIAS CONTÁBEIS

HELLOISA LINHARES SANTOS

**INFLUÊNCIA DO CONTROLE FAMILIAR NA DIVULGAÇÃO DE
INFORMAÇÕES POR SEGMENTO DAS EMPRESAS DO AGRONEGÓCIO**

GOIÂNIA
2020



TERMO DE CIÊNCIA E DE AUTORIZAÇÃO PARA DISPONIBILIZAR VERSÕES ELETRÔNICAS DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO DE GRADUAÇÃO NO REPOSITÓRIO INSTITUCIONAL DA UFG

Na qualidade de titular dos direitos de autor, autorizo a Universidade Federal de Goiás (UFG) a disponibilizar, gratuitamente, por meio do Repositório Institucional (RI/UFG), regulamentado pela Resolução CEPEC nº 1204/2014, sem ressarcimento dos direitos autorais, de acordo com a Lei nº 9.610/98, o documento conforme permissões assinaladas abaixo, para fins de leitura, impressão e/ou *download*, a título de divulgação da produção científica brasileira, a partir desta data.

O conteúdo dos Trabalhos de Conclusão dos Cursos de Graduação disponibilizado no RI/UFG é de responsabilidade exclusiva dos autores. Ao encaminhar(em) o produto final, o(s) autor(a)(es)(as) e o(a) orientador(a) firmam o compromisso de que o trabalho não contém nenhuma violação de quaisquer direitos autorais ou outro direito de terceiros.

1. Identificação do Trabalho de Conclusão de Curso de Graduação(TCCG):

Nome(s) completo(s) do(a)(s) autor(a)(es)(as): Helloisa Linhares Santos

Título do trabalho: **I INFLUÊNCIA DO CONTROLE FAMILIAR NA DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES POR SEGMENTO DAS EMPRESAS DO AGRONEGÓCIO**

2. Informações de acesso ao documento:

Concorda com a liberação total do documento SIM NÃO¹

Independente da concordância com a disponibilização eletrônica, é imprescindível o envio do(s) arquivo(s) em formato digital PDF do TCCG.

Helloisa Linhares Santos

Assinatura(s) do(a)(s) autor(a)(es)(as) ²

Ciente e de acordo:

[Assinatura]

Assinatura do(a) orientador(a) ²

Data: 18/12/2020

¹ Neste caso o documento será embargado por até um ano a partir da data de defesa. Após esse período, a possível disponibilização ocorrerá apenas mediante: a) consulta ao(a)(s) autor(a)(es)(as) e ao(a) orientador(a); b) novo Termo de Ciência e de Autorização (TECA) assinado e inserido no arquivo do TCCG. O documento não será disponibilizado durante o período de embargo.

Casos de embargo:

- Solicitação de registro de patente;
- Submissão de artigo em revista científica;
- Publicação como capítulo de livro;

HELLOISA LINHARES SANTOS

**INFLUÊNCIA DO CONTROLE FAMILIAR NA DIVULGAÇÃO DE
INFORMAÇÕES POR SEGMENTO DAS EMPRESAS DO AGRONEGÓCIO**

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

2020

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

Santos, Helloisa Linhares
INFLUÊNCIA DO CONTROLE FAMILIAR NA DIVULGAÇÃO DE
INFORMAÇÕES POR SEGMENTO DAS EMPRESAS DO
AGRONEGÓCIO [manuscrito] / Helloisa Linhares Santos. - 2020.
XXIII, 23 f.

Orientador: Prof. Dr. 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, 2020.
Bibliografia.
Inclui siglas, abreviaturas, tabelas.

1. Informações por segmento. 2. Disclosure. 3. Agronegócio. 4.
Empresas familiares. I. Silva, Júlio Orestes da , orient. II. Título.

CDU 657



UNIVERSIDADE FEDERAL DE GOIÁS
FACULDADE DE ADMINISTRAÇÃO, CIÊNCIAS CONTÁBEIS E CIÊNCIAS ECONÔMICAS

ATA DE DEFESA DE TRABALHO DE CONCLUSÃO DE CURSO

Ao(s) 18 dia(s) do mês de dezembro do ano de 2020 iniciou-se a sessão pública de defesa do Trabalho de Conclusão de Curso (TCC) intitulado **Influência do controle familiar na divulgação de informações por segmento das empresas do agronegócio**, de autoria de **Helloisa Linhares Santos**, matrícula **201702660** do curso de Ciências Contábeis, da FACE da UFG. Os trabalhos foram instalados pelo(a) **Prof. Júlio Orestes da Silva**, Orientador, da FACE/UFG com a participação dos demais membros da Banca Examinadora: **Prof. Kleber Domingos de Araújo**, membro 1, da FACE/UFG, e do **Prof. Ilírio José Rech**, membro 2, da FACE/UFG. Após a apresentação, a banca examinadora realizou a arguição do(a) estudante. Posteriormente, de forma reservada, a Banca Examinadora atribuiu a nota final de **8,5 (oito e meio)**, tendo sido o TCC considerado **Aprovado**.

Proclamados os resultados, os trabalhos foram encerrados e, para constar, lavrou-se a presente ata que segue assinada pelos Membros da Banca Examinadora.



Documento assinado eletronicamente por **Júlio Orestes Da Silva, Coordenador de Pós-graduação**, em 18/12/2020, às 12:03, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Ilírio José Rech, Professor do Magistério Superior**, em 18/12/2020, às 12:09, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



Documento assinado eletronicamente por **Kleber Domingos De Araújo, Coordenador**, em 22/12/2020, às 10:58, conforme horário oficial de Brasília, com fundamento no art. 6º, § 1º, do [Decreto nº 8.539, de 8 de outubro de 2015](#).



A autenticidade deste documento pode ser conferida no site https://sei.ufg.br/sei/controlador_externo.php?acao=documento_conferir&id_orgao_acesso_externo=0, informando o código verificador **1763663** e o código CRC **768DD714**.

INFLUÊNCIA DO CONTROLE FAMILIAR NA DIVULGAÇÃO DE INFORMAÇÕES POR SEGMENTO DAS EMPRESAS DO AGRONEGÓCIO

Resumo:

Com o objetivo de identificar qual a influência familiar na divulgação de informações por segmento das empresas de agronegócio, esta pesquisa contou com 19 empresas da B3 que exploram ativos biológicos e divulgaram a nota explicativa de informações por segmento no período de 2015 a 2019. O estudo foi desenvolvido com base na evidenciação dos itens do CPC 22 aplicados nas notas explicativas de informações por segmento de cada uma das empresas. Para o tratamento dos dados se utilizou a regressão linear múltipla com dados em painel. Os resultados mostram que o controle familiar e com maior endividamento exercem relação positiva com a divulgação de informações e que as variáveis tamanho, governança e rentabilidade não possuíram significância. Conclui-se que as empresas com controle familiar divulgam mais informações por segmento do que as empresas não familiares.

Palavras chave: Informações por segmento; *Disclosure*; Agronegócio; Empresas familiares.

1. Introdução

O agronegócio contribui significativamente para o desenvolvimento econômico e social mundial. No Brasil a situação não difere, pois gera empregos, renda e é desenvolvido em sua maioria em regime familiar (HOFER, 2011). O agronegócio se destaca nos últimos anos como um dos setores que mais cresce. Segundo dados do Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento (MAPA, 2019) o agronegócio é a locomotiva da economia, responsável por 21,6% do Produto Interno Bruto (PIB) em 2018.

O objetivo principal da contabilidade é gerar informações contábeis úteis aos usuários (PAULO, 2007), em sua maioria fora da organização. Por isso, para aumentar a utilidade da informação gerada, o *International Accounting Standards Board (IASB)* divulga normas e procedimentos como por exemplo o a *International Financial Reporting Standards – Operating Segments (IFRS 8)*, que disciplina a divulgação de informações sobre os segmentos operacionais das companhias.

As informações por segmentos operacionais são um tipo de informação contábil que refletem a segmentação das atividades da empresa (SOUZA et al., 2016). O CPC 22 – Informações por segmento substitui o IFRS 8 no Brasil e define as exigências e os critérios que devem ser seguidos pelas companhias brasileiras. Porém, não definiu padrão de formato e dados a serem divulgados já que cada empresa possui estrutura interna diferente para tomada de decisão (SCHVIRK; LUNKES; GASPARETTO, 2013).

A conciliação de informações gerenciais à contabilidade financeira promove maior credibilidade para a informação (BOSCOV, 2009) e a divulgação de informações por segmento possibilita aumento de valor para o processo de *disclosure*. Porém, o benefício dependerá de como essa evidenciação é efetuada (BOSCOV, 2009).

Apesar das particularidades do setor de agronegócios (setor com grande participação de empresas familiares), as informações contábeis contribuem para a avaliação permanente e sistemática da situação patrimonial das companhias, fornecendo subsídio para melhor gerenciamento interno além de atender a demanda informacional dos usuários externos (SILVA et al. 2013).

Observa-se que empresas familiares geralmente são conservadoras e não possuem interesse em divulgar informações adicionais (SOUZA; SILVA; SANTOS, 2017). Além disso, o controle familiar exerce positivamente o desenvolvimento das empresas até certo ponto como foi encontrado por Shyu (2011) ao estudar as empresas de Taiwan.

Considerando que a disponibilidade de informações é importante para os tomadores de decisões e tendo em vista que o setor de agronegócio possui grande representatividade na economia brasileira e que possui vários segmentos (GONÇALVES; ZACHOW; TOCHETO, 2019), considerando ainda, que empresas de gestão familiar tendem a divulgar menos informação (SOUZA; SILVA; SANTOS, 2017) a pesquisa é norteada pela seguinte questão: Qual a influência familiar na divulgação de informações por segmento em empresas do agronegócio? Assim, o estudo tem como objetivo identificar a influência familiar na divulgação de informações por segmento das empresas de agronegócio.

A divulgação de informação por segmento é encontrada em vários estudos onde se destacam, Souza e Sarlo Neto (2015); Schvirck, Lunkes e Gasparetto (2013); Áillon et al. (2013), Pinheiro e Boscov (2015; Boscov (2009); Mapurunga, Ponte e Holanda (2013); Weschenfelder e Mazzioni (2014). Esses trabalhos identificaram quais são as variáveis que afetam a divulgação de informações em amostras diferentes e os resultados demonstram que as informações possuem baixo nível de evidenciação. Este estudo analisará a influência que empresas familiares do agronegócio têm na divulgação de informações por segmento.

Esta pesquisa pode ser justificada para auxiliar no conhecimento da forma com que as empresas familiares do agronegócio divulgam suas informações, sabendo que estas empresas tendem a divulgar menos informações por serem mais conservadoras. Além disso, a influência do agronegócio no setor nacional é crescente. Em 2019, 43,2% das exportações brasileiras foram feitas pelo agronegócio, 0,09% maior do que em 2018 (MAPA, 2020). O estudo das informações por segmento é relevante para aumentar o conhecimento sobre a deficiência da divulgação dessas informações, os benefícios e influências econômicas considerando que as informações por segmento são utilizadas na tomada de decisão e afetam o mercado financeiro e de capitais (SOUZA; SILVA; SANTOS, 2017).

Os achados encontrados, podem contribuir para o aumento do conhecimento teórico e prático para usuários, observando como a norma é aplicada, mais especificadamente nas empresas familiares do agronegócio brasileiro, tendo em vista que estudos diretamente ligados ao agronegócio e informações por segmentos não são facilmente encontrados em ambiente nacional.

2. Referencial teórico

2.1 Informações por Segmento

O objetivo primário da contabilidade é prestar informações relevantes para seus usuários, considerando que a maioria deles é externa, o que faz o produto da contabilidade, a informação, ser caracterizada pela utilidade e complexidade (PAULO, 2007). Desta forma deve se considerar que as informações contábeis são obtidas de várias formas e que cada usuário decide como usá-las.

Os relatórios contábeis gerados a partir do registro dos fatos ocorridos na empresa tem como principal objetivo prestar informações sobre a situação econômica e financeira, além dos riscos e retornos referente aos investimentos (SCHVIRCK; LUNKES; GASPARETTO, 2013). Entretanto, se não existissem problemas de governança o papel da contabilidade seria reduzido a prestar informações de risco e retorno aos investidores. (SLOAN, 2001).

O IASB em 2006 criou a IFRS 8 – Segmentos Operacionais, substituindo o IAS 14 – Relatório por Segmento. No Brasil, o Comitê de Pronunciamentos Contábeis (CPC) emitiu o pronunciamento técnico CPC 22 – Informações por Segmento que foi adotada em demonstrações contábeis a partir dos exercícios findos em 2010 e reapresentações caso existissem.

De acordo com o CPC 22, o princípio básico é que a empresa divulgue informações que permitam os usuários avaliarem a natureza e os efeitos financeiros do ambiente que opera e do negócio ao qual está inserida. Para que seja possível a classificação de um segmento operacional o CPC 22, define que é necessário analisar se: o segmento desenvolve negócio onde se obtém receitas e são incorridas despesas; o principal gestor avalia os resultados os utiliza para a tomada de decisão; e se possui informação financeira disponível.

Quanto a divulgação, o CPC 22 define também quais são os critérios a serem utilizados, como: o critério para identificar os segmentos divulgáveis; os tipos de produtos e serviços que geram receitas ao segmento; informações sobre ativos e passivos; conciliação dos lucros e prejuízos, ativos e passivos e outros materiais evidenciados; e se um cliente for responsável por 10% ou mais das receitas, este deve ser evidenciado no montante da receita e identificado no segmento que a receita é divulgada.

No Brasil, antes da obrigatoriedade, as empresas abertas que apresentavam informações por segmento, o faziam de forma voluntária. A pesquisa desenvolvida por Vasconcelos e Szuster (2003) constatou que 57% das empresas analisadas apresentavam informações por segmento no relatório de administração, 17% apresentava em notas explicativas e 26% não apresentavam. Na mesma pesquisa, foi possível identificar que as empresas que apresentaram informações em notas explicativas possuíam títulos no exterior e no Brasil e não utilizavam nenhum padrão na divulgação, e desse total existia apenas uma empresa que foi exceção.

Com a internalização das normas de contabilidade, a Comissão de Valores Mobiliários (CVM) tornou obrigatório, em 2009, o CPC 22 para companhias abertas aplicados aos exercícios findos em 2010. Esperava-se que a qualidade da informação melhorasse, porém, Souza e Sarlo Neto (2015) fizeram um estudo analisando 272 empresas pertencentes a 20 setores nos anos de 2010 e 2011 e identificaram que o nível de divulgação das empresas não explorou todos os pontos mencionados pelo CPC 22 e o nível de evidenciação no Brasil eram pouco detalhadas e superficiais em diversos pontos.

Schvirck, Lunkes e Gasparetto (2013) buscaram um panorama para da divulgação por segmentos em seu primeiro ano de vigência. Concluíram que a forma de publicação era heterogênea não sendo possível estabelecer nenhum tipo de padrão, mas encontraram uma relação positiva entre o tamanho da companhia e a quantidade de segmentos.

2.2 Variáveis que influenciam a divulgação de informações por segmento

Na intenção de entender como eram evidenciadas as informações por segmento, Áillon et al. (2013) e Souza e Sarlo Neto (2014) identificaram que não existem padrões para divulgação de informações e, portanto, os setores evidenciam de formas diferentes. Além disso a diferença ocorre tanto para o tipo de informação que foi divulgada quanto para o nível de detalhamento. Souza e Sarlo Neto (2014) identificaram ainda que as empresas não exploram todos os pontos mencionados no CPC 22 e com isso as práticas de divulgação são pouco detalhadas e superficiais em vários aspectos.

A forma heterogênea com que as empresas divulgam as informações não é a única

dificuldade para o *disclosure*; (PINHEIRO; BOSCOV 2015), o baixo nível de divulgação e a existência da tendência de ocultar informações como forma de estratégia competitiva como a dependência por clientes e região geográficas encontrados por Áillon et al. (2013) também influenciam na evidenciação.

Silva e Pinheiro (2012) verificaram a evidenciação das informações por segmentos pelas empresas listadas no índice Ibovespa da BM&FBovespa. Ao todo analisaram notas explicativas de 47 empresas e encontraram uma média de divulgação de 63%. Foram analisadas também: lucro, tamanho (representado pelo ativo total) e setor. Nos resultados obtidos, somente tamanho obteve significância positiva, concluindo que o porte da empresa influencia na maior abrangência da divulgação.

Mapurunga, Ponte e Holanda (2013), verificaram o grau de cumprimento das orientações de divulgação definidas no CPC 22. Identificaram que empresas listadas em segmentos de governança corporativa, auditadas por Big Four ou estão listadas em bolsas internacionais possuem maiores níveis de *disclosure*. Resultados parecidos foram encontrados por Souza et al. (2016), que analisaram 231 empresas de 20 setores nos anos de 2010 a 2014. Os autores analisaram o tamanho, a rentabilidade, endividamento, internacionalização, firma de auditoria, governança corporativas e setor. Das variáveis definidas quatro obtiveram significância positiva no nível de *disclosure* e entre elas estavam tamanho, endividamento, governança e auditoria. Internacionalização e o endividamento não obtiveram significância.

Weschenfelder e Mazzioni (2014), encontraram resultados diferentes do esperado pois suas expectativas eram que empresas auditadas por Big Four tivessem maior nível de *disclosure*. Os resultados demonstraram que algumas empresas não citam o CPC 22 e 85% dessas empresas são auditadas por grandes empresas de auditoria. Além disso não encontrou significância nas variáveis tamanho e endividamento.

Em relação a competitividade, Souza e Almeida (2013) analisaram o grau de divulgação de informações por segmentos em ambientes competitivos. Como resultado encontraram que não há diferenças significativas entre empresas de setores competitivos e empresas pertencentes a setores menos competitivos. Weschenfelder e Mazzioni (2014) acreditam que a divulgação de informação por segmento é uma decisão interna das companhias, essa decisão está interligada a estratégia e ocultação de informações.

Áillon et al. (2013) verificaram como são evidenciadas informações gerenciais publicadas pelas empresas que compõe o IBrX-50. Das 50 empresas, 10 não publicaram informações por segmento. As variáveis analisadas eram: a empresa estar ligada no Novo Mercado; *Ebitida*; margem bruta; ativo total; e lucro líquido. Dessas variáveis somente lucro líquido foi significativo indicando que quanto maior o lucro maior a divulgação de informação. As demais variáveis não obtiveram significância.

Schvirck (2014) analisou se o nível de *disclosure* sobre informações por segmento influenciam o desempenho empresarial e o valor de mercado de 510 empresas listadas na BM&FBovespa em novembro de 2012. Concluiu-se que o tamanho, a governança corporativa e o setor de atuação são fatores que influenciam de forma positiva a publicação de relatórios por segmento.

Souza, Silva e Santos (2017), verificaram a relação do controle familiar na divulgação de informações por segmento nas empresas brasileiras buscando identificar se o controle familiar influencia de forma negativa na divulgação do relatório por segmento. Ao analisar uma amostra de 111 empresas e as variáveis governança corporativa, tamanho, família,

endividamento e rentabilidade constatou que o controle familiar tem influência negativa na divulgação de informações. Além da influência familiar os autores verificaram que empresas listadas em maiores níveis de governança divulgam mais informações. A relação esperada da rentabilidade mostrou significava, porém o resultado não era o esperado. Na pesquisa a relação esperada era positiva e os resultados se mostraram negativos. As demais variáveis (endividamento e tamanho) não foram significativas.

Souza, Schafer e Gasparetto (2016) em sua pesquisa tiveram por objetivo identificar o nível de evidenciação e variáveis que influenciam a divulgação das informações por segmento. Analisaram as empresas listadas no índice IBrX-50 entre 2010 e 2014. Identificaram que a partir de 2013 todas as companhias da amostra apresentaram informações por segmento. O grau de endividamento, setor, nível de governança, relatório de sustentabilidade, ativos totais, lucro líquido foram as variáveis estudadas. Dentre todas, apenas endividamento obteve significância positiva, contrariando o esperado, já que a expectativa era de que empresas mais endividadas divulgassem menos informações.

2.3 Hipótese da pesquisa

O agronegócio de acordo com o MAPA, é a locomotiva da economia brasileira, responsável por 21,6% do PIB nacional. Além disso, contribui significativamente para o desenvolvimento econômico mundial pois emprega e gera renda para inúmeras pessoas (HOFER et al., 2011). No Brasil, as condições favoráveis para desenvolvimento do agronegócio impulsionam seu crescimento ano a ano.

O dinamismo presente no agronegócio tem sido um dos aspectos mais relevantes da economia brasileira, entre os anos de 2000 a 2004 o crescimento do setor foi de 4,64% enquanto o crescimento da economia brasileira foi de 2,66%. (SILVA; CESÁRIO; CAVALCANTI, 2013). Com o crescimento é necessário se atentar também na necessidade de obter maior eficiência nos processos produtivos, observando a concorrência internacional, neste sentido é necessário evidenciar a importância de sistemas de gestão e controle capazes de fornecer informações relevantes para a tomada de decisão das empresas do setor (CALLADO; CALLADO; ALMEIDA, 2007).

Em 2019, o agronegócio foi responsável por 43,2% das exportações nacionais (MAPA, 2020). Os principais setores exportadores em 2019 foram responsáveis por 80,5% das exportações em 2018, esses setores são: complexo de soja, carnes, produtos florestais, cereais, farinhas e preparações e o complexo sucroalcooleiro, juntos, esses cinco setores foram responsáveis por 79% das exportações do agronegócio em 2019 (MAPA,2020).

O agronegócio é comumente gerido por empresas familiares, as empresas surgiram no Brasil com companhias hereditárias, no século XIV, e as empresas eram transferidas através de herança aos herdeiros dos capitães que administravam as terras. (LEONEL, 2012). Cerca de um terço do agronegócio brasileiro é devido a empresas familiares e mesmo sendo vinculado a dificuldades por em sua maioria serem de pequenas e medias empresas possui desempenho positivo (GUILHOTO et al., 2006).

Saber na prática se uma empresa é familiar ou não é algo complexo, mesmo que o envolvimento da família no controle da gestão e a influência que exerce nos objetivos da empresa seja um passo importante, nem sempre é possível obter informações suficientes para classificação, pois, geralmente não são divulgadas em bases de dados. (SILVA, 2015).

Donnelley (1967), explica que na empresa familiar, quase sempre a família possui o controle acionário e as posições administrativas de relevância afim de estabelecer os objetivos da organização e obter satisfação nas aspirações. Independente dessas aspirações algumas vezes não coincidirem com os interesses da empresa. Apesar de as vezes os interesses serem opostos, a tendência é que desenvolva liderança administrativa e os valores institucionais são perpetuados, o que se sobrepõe aos valores individuais, utilizando sistemas formais de controle e incentivos.

Souza, Silva e Santos (2017) e Darmadi e Sodikin (2013) identificaram que empresas familiares possuem tendência de divulgar menos informações do que as empresas não familiares, enquanto, Shyu (2011), identificou que a propriedade familiar afeta positivamente o desempenho da empresa familiar, mas que se a familiar detiver 30% ou mais da propriedade o desempenho pode cair e já não será mais saudável para a empresa ser controlada pela família.

Diante o exposto, verificou-se que ainda não foi estudada a influência da empresa familiar na divulgação de informações por segmento nas empresas de agronegócio. Tomando como base que o controle familiar influencia de forma negativa e que empresas do agronegócio tendem a ser familiares formulou-se a hipótese desse estudo:

H₁: Controle familiar possui influência negativa nas divulgações do relatório de informações por segmentos nas empresas de agronegócio.

Assim como no estudo desenvolvido por Souza, Silva e Santos (2017), a relevância da divulgação de informações por segmento na tomada de decisões e o conservadorismo adotado pelas empresas familiares, julga-se que não há interesse de divulgar informações além do necessário aos usuários internos.

3. Metodologia

3.1 População, amostra e coleta de dados

Com base no objetivo a pesquisa classifica-se como descritiva, pois, verifica a dependência da informação por segmento em relação a influenciar familiar nas empresas do setor de agronegócio da B3. Quanto a abordagem, o estudo pode ser considerado tanto qualitativo, quanto quantitativo. Qualitativo, visto que busca analisar e entender as informações divulgadas para formação do índice. Quantitativa pois, depois de analisar os dados, estes poderão ser quantificados e após a quantificação serão submetidos a testes estatísticos de regressão linear múltipla.

A população da pesquisa envolveu as companhias abertas listadas na B3 que publicaram em suas demonstrações financeiras ativos biológicos no período de 2015 a 2019. O total das empresas que atenderam o critério foi de 29, porém, 5 só haviam divulgado em um ou dois anos e foram retiradas da amostra. Assim, a amostra inicial contou com 24 empresas que divulgaram ativos biológicos de 3 a 5 anos. Os dados foram obtidos através do *website* da Comissão de Valores Imobiliários (CVM), dos *websites* das próprias empresas e da B3 entre maio e novembro de 2020.

A partir de análise das notas explicativas de informação por segmento, das 24 companhias, foram identificadas que 5 empresas não divulgam informações por segmento por considerar que a empresa possui apenas um segmento e por isso divulgam as informações

consolidadas. A amostra final compreendeu 19 empresas que divulgaram informações por segmento em pelo menos 3 anos do período total da pesquisa.

Após a coleta de dados, a amostra foi dividida entre empresas familiares e não familiares e para a classificação foram adotados os critérios utilizados por Ramalho e Martinez (2014), Silva, Souza e Klann (2016) e Souza, Silva e Santos (2017). Assim, foi considerada uma empresa familiar se algum membro da família fundadora fazer parte do Conselho de Administração e se a família deter 10% ou mais das ações ordinárias da empresa.

Ramalho e Martinez (2014) e Silva, Souza e Klann (2016) se pautaram no controle, propriedade e gestão para identificar as empresas familiares de suas pesquisas, tendo os critérios definidos, das 19 empresas, 10 podem ser consideradas familiares. Com as informações e dados coletados o total de observações foi de 95, as quais foram utilizadas para desenvolver o modelo de regressão com dados em painel.

3.2 Análise de conteúdo

Para verificação de como as empresas divulgam as informações por segmento foi seguido o *checklist* elaborado por Souza, Silva e Santos (2017) contendo os critérios para análise de conteúdo, como está descrito 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: Souza, Silva e Santos (2017)

Ainda, como Souza, Silva e Santos (2017) foi criado a variável Indicador de *Disclosure* (ID), que representará o número de divulgação de informações por segmento. No total existem 27 itens e todos eles foram verificados nas notas explicativas das empresas. Foi atribuído o número zero para o item que não for evidenciado e o número um para cada item evidenciado.

O indicador de *disclosure* (ID) de informações por segmento é a somatória dos pontos, estes podem totalizar até 27 pontos.

Após analisar as informações encontradas, os dados foram quantificados e a soma dos pontos por empresa correspondem a variável dependente do modelo de regressão utilizado. A variável dependente será representada por ID (índice de *disclosure* por segmento).

A influência familiar é analisada através da variável *dummy*, atribuindo 0 para as empresas não familiares e 1 para as empresas familiares. Assim como os estudos de Souza, Silva e Santos (2017); Ramalho e Martinez (2014) e Silva, Souza e Klann (2016), para analisar se a empresa possui gestão familiar será considerada se os membros familiares possuem no mínimo 10% das ações ordinárias (que dão direito a voto) e se algum membro da família faz parte do Conselho de Administração. A análise será feita verificando os formulários de referências que estão disponíveis no *website* da Comissão de Valores Mobiliários (CVM). Por fim, espera-se que a relação entre a divulgação de informação por segmento e a influência familiar seja negativa, ou seja, se a empresa estiver sob controle familiar a divulgação de informações é menor, assim como foi encontrado por Souza e Silva, 2017.

Quanto ao tamanho da empresa foi utilizado o ativo total. Nos estudos realizados por Mapurunga, Ponte e Holanda (2013), Schvirck (2014), Souza et al. (2016) e Nichols e Street (2007) indicaram que o tamanho da empresa exerce relação positiva com a evidenciação de informações por segmento tendo como pressuposto que o tamanho da empresa representa o porte das companhias, portanto, espera-se que o tamanho influencie positivamente a evidenciação.

A rentabilidade é calculada pela divisão entre o lucro líquido pelo total de ativos das empresas. Nos estudos de Schvirck (2014), Souza, Silva e Santos (2017) e Souza et al. (2016) é destacado que quanto maior a rentabilidade da empresa maior o nível de divulgação de informações sobre segmentos. Por esse motivo, o estudo espera que haja relação positiva entre a divulgação de informações por segmentos e a rentabilidade.

Sobre a variável governança corporativa, foi aplicada a variável *dummy*, atribuindo o número 1 para empresas que estão listadas nos níveis de governança corporativa da B3 e número 0 para as que não estão listadas em níveis de governança corporativa. Diversos autores encontraram relação positiva entre melhores níveis de governança e a divulgação de

informações por segmentos, entre eles estão Souza, Silva e Santos (2017); Schvirck, Lunkes e Gasparetto (2013); Souza et al. (2016); Mapurunga, Ponte e Holanda (2013). Levando em consideração que empresas listadas em melhores níveis de governança corporativa tendem a divulgar mais informações, neste estudo, assim como nos estudos citados, espera-se que a maiores níveis de governança corporativa se comporte de maneira positiva em relação a divulgação de informações.

Por fim, a variável endividamento é calculada através da divisão do passivo exigível (capital de terceiros) pelo patrimônio líquido (capital próprio). Tendo em vista que estudos como os Schulze e Dino (2004) de Al-Ajmi et al., (2009) e Souza, Silva e Santos (2017), espera-se que o endividamento se comporte de forma negativa na divulgação por segmento, levando em consideração que empresas são mais conservadoras e por isso divulgam menos informações sobre suas dívidas.

Quadro 2. Resumo das variáveis do modelo.

Descrição	Autores	Fonte	Relação esperada
Família (FAM)	Souza, Silva e Santos (2017); Ramalho; Martinez (2014); Silva, Souza e Klann (2016),	Formulário de referência	(-)
Tamanho (TAM)	Mapurunga, Ponte e Holanda (2013), Schvirck (2014), Souza et al. (2016) e Nichols e Street (2007)	Economática®	(+)
Rentabilidade (ROA)	Schvirck (2014), Souza, Silva e Santos (2017) e Souza et al. (2016)	Economática®	(+)
Governança corporativa (GOV)	Schvirck, Lunkes e Gasparetto (2013); Souza et al. (2016); Mapurunga, Ponte e Holanda (2013).	B3	(+)
Endividamento (DIV)	Souza, Silva e Santos (2017); Souza et al. (2016); Al-Ajmi et al. (2009).	Economática®	(-)

Fonte: Elaborada pela autora (2020).

Para análise dos dados será utilizado o modelo de regressão múltipla. Hair et al. (2009, p. 33), explica que regressão múltipla é apropriada quando o problema de pesquisa abrange uma única variável dependente relacionada com duas ou mais variáveis independentes. Ao analisar a regressão busca-se prever as mudanças nas variáveis independentes (HAIR, 2009, p. 33). A equação utilizada foi adaptada de Souza, Silva e Santos (2017), como segue:

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

Onde:

ID_{ij} = pontuação da empresa i no temo j , representada pela pontuação obtida em relação ao total possível;

β_0 = intercepto;

FAM_{ij} = variável *dummy*, considerando Fam = 1 para empresas que são familiares; e

Fam = 0 para não familiar da empresa i no tempo j ;

TAM_{ij} = Ativo total da empresa i no tempo j ;

ROA_{ij} = Retorno sobre o ativo, calculado pela divisão do lucro líquido pelo ativo total da empresa i no tempo j ;

GOV_{ij} = variável *dummy* do nível de governança, Gov = 1 caso a empresa pertença a algum dos níveis de governança corporativa; Gov = 0 caso a empresa não pertença a nenhum nível de governança da empresa i no tempo j ;

DIV_{ij} = Endividamento calculado pela divisão do passivo exigível pelo patrimônio líquido da empresa i no tempo j ;

$\beta_1 \dots \beta_6$ = constantes;

we_{ij} = erro da regressão.

Os modelos de regressões lineares possuem o objetivo de relacionar uma variável quantitativa em resposta a uma ou mais variáveis explicativas, enquanto modelos não lineares na maioria das vezes são deduzidos por suposições teóricas inerentes ao fenômeno do modelo e os parâmetros resultantes são interpretáveis (MATTOS, 2013). A regressão descrita a acima é considerada linear, pois, a variável resposta é quantitativa.

4. Análise dos dados

4.1 Divulgação de informações por segmento

Após a coleta de dados e análise dos mesmos, foi possível obter o ID (indicador de *disclosure*) de cada empresa. O máximo que cada empresa poderia receber era de 27 pontos. As estatísticas descritivas referentes ao ID por segmento estão na Tabela 1.

Tabela 1. Estatística descritiva – índice de *disclosure* das empresas por ano

	2015	2016	2017	2018	2019
Média	45,81%	49,12%	49,12%	50,29%	52,63%
Covariância	2,88%	2,02%	2,02%	2,92%	2,10%
Desvio padrão	15,56%	15,05%	15,05%	15,52%	15,14%
Mínimo	7,41%	22,22%	22,22%	22,22%	37,04%
Máximo	77,78%	77,78%	77,78%	77,78%	81,48%

Fonte: Elaborada pela autora (2020).

Pelo pequeno número de empresas analisadas, a média do ID por ano das empresas variou entre 45,81% e 52,63%. A média da divulgação foi crescente de acordo com o passar dos anos, sendo que o último ano foi o que teve mais divulgação, enquanto os três primeiros anos a média era inferior a 50%. Indicando que as empresas não atendiam nem 14 (em média) dos 27 pontos do *checklist*. O valor mínimo de divulgação no primeiro ano foi de apenas 7,41%, durante os 3 anos seguintes houve crescimento para 22,22% seguido de estabilização e no último ano o mínimo era de 37,04%. Já o valor máximo se manteve nos quatro primeiros anos e cresceu no último ano.

Esses valores indicam que as empresas divulgam em média 49,40%. Observando pesquisas anteriores, não foi possível identificar padrões nas divulgações. Enquanto a pesquisa de Souza e Almeida (2013), encontrou uma média de 60% de divulgação dos 36 pontos que poderiam ser alcançados, a pesquisa de Souza e Sarlo Neto (2014), encontrou a média de divulgação de 9,20 dos 40 (23%) pontos nos anos de 2010 e 2011. Tendo em vista a pesquisa de Souza e Almeida (2013), a divulgação de informações ainda é baixa, não chegando nem a 50%, mas se comparado a pesquisa de Souza e Sarlo Neto (2014), o índice passa a ser maior.

Em conformidade com os dados, foi possível fazer análise do índice de *disclosure* dos níveis de governança e análise segregando em empresas familiares e empresas não familiares. Na Tabela 2, é apresentado a estatística descritiva do ID dos níveis de governança e o índice de *disclosure* por empresa, considerando se é familiar ou não.

A estatística descritiva do ID dos níveis de governança é apresentada na Tabela 2.

Tabela 2. Estatística descritiva – índice de *disclosure* dos níveis de governança e das empresas familiares

	Governança corporativa	Tradicionalis	Familiar	Não familiar
Média	47,92%	51,73%	48,74%	49,55%
Mediana	48,15%	51,85%	51,85%	51,85%
Desvio padrão	17,51%	11,65%	17,00%	14,82%
Mínimo	7,41%	29,63%	7,41%	22,22%
Máximo	81,48%	70,37%	81,48%	77,78%
			10	9

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Segregando o ID pelos níveis de governança, é possível identificar que as empresas tradicionais divulgam mais do que as empresas que fazem parte dos níveis diferenciados de governança corporativa. O desvio padrão das empresas que fazem parte dos níveis diferenciados de níveis de governança foi de 17% indicando também que essas empresas tem dados mais dispersos do que as empresas tradicionais. O mínimo das empresas que fazem parte dos níveis diferenciados de governança corporativa foi de 7,41% enquanto das empresas tradicionais foi de 29,63%, já o valor máximo das empresas que fazem parte dos níveis diferenciados de governança foi de 81,48% e das empresas tradicionais foi de 70,37%.

Segregando o ID em empresas familiares e não familiares, a média é próxima, mas as indica que as empresas familiares divulgam menos do que as não familiares. A mediana para os dois grupos se repete, enquanto o desvio padrão das empresas não familiares indica que há mais dispersão nos dados do que as empresas não familiares. O valor mínimo é de 7,41% e o máximo de 81,48% para as empresas familiares e para as não familiares o valor mínimo é de 22,22% e o máximo é 77,78%.

4.2 Análise do modelo

Para a análise dos dados foi utilizado o modelo de regressão linear com dados em painel onde a variável dependente era ID e as variáveis família, tamanho, rentabilidade, governança e

endividamento eram as independentes. Após o teste de Chow, foi verificado que a abordagem de efeitos aleatórios é mais adequada do que a de efeito fixo, ainda, foi aplicado o teste de Breusch-Pagan que indicou a abordagem de efeitos aleatórios, a qual foi utilizada para o modelo testado.

Após validação de todos os pressupostos, o resultado final do modelo de regressão é apresentado na Tabela 4.

Tabela 3. Regressão com dados em painel.

	Coefficiente	Erro padrão	Estatística t	P-valor
FAM	0,0734032	0,0318539	2,3	0,024*
TAM	5,34E-10	5,39E-10	0,99	0,32
ROA	6,72E-13	5,10E-13	1,32	0,191
GOV	-0,0245497	0,0364527	-0,67	0,502
DIV	1,01E-12	5,85E-13	1,73	0,088**
P-valor (F):	0,0189	R ² : 0,1389	Nº de observações: 95	

Nota: Os asteriscos representam a significância: 5% (*) e 10% (**).

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

Ao analisar a Tabela 4, verifica-se que o modelo é significativo a 5%. O poder explicativo foi de 13,89% com o total de 95 observações.

Ao analisar as variáveis, foi identificado que as variáveis tamanho (TAM), rentabilidade (ROA) e governança corporativa (GOV) não foram significantes para explicação do modelo. O resultado encontrado para tamanho entra em consonância com os resultados encontrados por Souza, Silva e Santos (2017), porém, ao olhar estudos como o de Mapurunga, Ponte e Holanda (2014) e Silva e Pinheiro (2016), entram em discordância já que esses estudos encontraram relação positiva entre o nível de divulgação e o tamanho da empresa, mas não foi possível confirmar essa hipótese no estudo.

Era esperado encontrar resultado positivo entre a rentabilidade e o nível de divulgação, porém, neste estudo, não foi possível confirmar tal hipótese, o que vai contra os resultados encontrados por Schvirck (2014), Souza, Silva e Santos (2017) e Souza et al. (2016), que conseguiram identificar que as empresas com maior rentabilidade divulgam mais informações.

Quanto a governança, o resultado encontrado diverge dos resultados encontrados por Souza, Silva e Santos (2017); Schvirck, Lunkes e Gasparetto (2013); Souza et al. (2016); Mapurunga, Ponte e Holanda (2013), que encontraram resultado positivo entre os níveis de governança e os níveis de divulgação, não sendo possível, porém, neste estudo fazer tal análise já que o resultado não foi significativo.

As variáveis que foram significantes para o estudo foram família (FAM) e endividamento (DIV), o que indica que estas variáveis influenciam no índice de *disclosure*. A variável família, foi significativa a um nível de 5% e possui coeficiente de variação positivo, o que significa que o ID é influenciado positivamente pela presença do controle e gestão familiar nas empresas, indo contra a hipótese desse estudo, já que o esperado era que as empresas familiares divulgassem menos informações por segmento. O resultado encontrado nessa variável vai contra o encontrado por Souza, Silva e Santos (2017) e também por Grillo et al (2017) já que esses estudos identificaram que o controle familiar tende a ser prejudicial as informações contábeis fazendo-as serem menos relevantes.

Este resultado, se assemelha ao resultado encontrado por Cascino et al (2010), em que foi identificado que as empresas familiares são mais transparentes e, por tanto, tendem a divulgar mais informações. A qualidade contábil está associada positivamente com a influência, independência do conselho e qualidade de auditoria (CASCINO et al. 2010).

O resultado encontrado para a variável endividamento foi significativa a nível de 10% e o coeficiente de variação foi positivo, o que significa que o ID é influenciado positivamente pelo endividamento, o que também vai contra a hipótese dessa pesquisa que esperava encontrar uma relação negativa entre o endividamento e o ID. O estudo de Souza, Schafer e Gasparetto (2016) esperava encontrar relação negativa entre o endividamento e o ID, assim como o presente estudo, mas identificou também relação positiva entre o endividamento e a divulgação de informações. Esse resultado mostra que, as empresas mais endividadas tendem a divulgar mais informações por segmento.

Tendo em vista o que foi apresentado no capítulo, o quadro 4, mostra as relações esperadas e as relações encontradas a nível de comparação.

Quadro 3. Relações esperadas x Relações encontradas

Descrição	Relação esperada	Relação encontrada
Família (FAM)	(-)	(+)
Tamanho (TAM)	(+)	Não significativa
Rentabilidade (ROA)	(+)	Não significativa
Governança corporativa (GOV)	(+)	Não significativa
Endividamento (DIV)	(-)	(+)

Fonte: Dados da pesquisa (2020).

O comportamento inesperado dos resultados, contrariam as hipóteses desse estudo, já que indicam que empresas familiares e mais endividadas divulgam mais informações por segmento. Além disso, a falta de significância das demais variáveis surpreenderam, já que muitos estudos encontram resultados positivos entre as variáveis e a divulgação, o que não pode ser comprovado neste estudo.

5. Conclusão

Informações por segmento, é a forma que as empresas divulgam informações das áreas que se divide o negócio, além disso, são informações que a empresa considera relevante para a estratégia de negócios. Tendo em vista que a melhor divulgação de informações é um atrativo para investidores e também para a concorrência.

O objetivo dessa pesquisa foi identificar se a influência familiar na gestão e controle da empresa afeta a divulgação das informações por segmento das empresas de agronegócio, esperando a relação negativa entre o nível de divulgação com o controle familiar. Com esse objetivo, foram analisadas as notas explicativas de todas as empresas que divulgaram ativos biológicos em pelo menos 3 anos do período pesquisado, assim, foram analisadas as notas explicativas de 24 empresas listadas na B3, durante o período de 2015 a 2019. Das 24 empresas, 5 dizem possuir apenas um segmento e divulgam suas informações de forma consolidada.

Apenas 19 empresas tinham todas as informações necessárias e dessas 19 empresas restantes, 10 foram consideradas familiares e 9 não familiares. Verificou-se que o índice de divulgação das empresas ainda é de baixo para médio, além de que, a flexibilização da norma faz com que as empresas divulguem apenas o básico. Apesar de ainda não ser alto, os valores encontrados foram maiores do que de Souza, Silva e Santos (2017) e Souza et al (2016).

Conclui-se que a relação entre o índice de *disclosure* e a influência familiar foi positiva, o que significa que as empresas familiares divulgam mais do que as empresas não familiares. E o endividamento teve o mesmo comportamento, ou seja, a relação entre o índice de *disclosure* e o endividamento também foi positiva, o que significa que quanto mais endividada, mais a empresa divulga suas informações. As duas variáveis contradizem outros estudos e a próprias hipóteses de pesquisa, que esperavam que a relação fosse negativa. As variáveis tamanho, governança e rentabilidade não foram significativas e, portanto, não foi possível saber qual a relação esperada entre elas e o índice de *disclosure*.

Como fatores limitantes da pesquisa, pode-se destacar o número pequeno que empresas que divulgam ativos biológicos, o que dificulta ter maiores informações. A flexibilidade da norma permite, já que as empresas que dizem ter apenas um segmento não divulgam nota explicativa de informações por segmento por não acharem relevantes e usarem o consolidado como base para a tomada de decisão. O índice de *disclosure* que mede apenas a quantidade de informações e não a qualidade ou a relevância. E por fim, a interpretação do pesquisador, considerando que a classificação pode variar e limitar os resultados.

Como sugestão de pesquisas futuras, medir a qualidade das informações por segmento das empresas do agronegócio e de outros setores, analisar como as informações por segmento podem auxiliar na tomada de decisão e também como os investidores utilizam essas informações.

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.
- AL-AJMI, Jasim; ABO HUSSAIN, Hameeda; AL-SALEH, Nadhem. Decisions on capital structure in a Zakat environment with prohibition of riba: The case of Saudi Arabia. **The journal of risk finance**, v. 10, n. 5, p. 460-476, 2009.
- 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.
- BOSCOV, Camila Pereira. **O enfoque gerencial na divulgação de informações por segmento**. 2009. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo.
- CALLADO, Aldo Leonardo Cunha; CALLADO, Antônio André Cunha; ALMEIDA, Moisés Araújo. A utilização de indicadores gerenciais de desempenho industrial no âmbito de agroindústrias. **Sistemas & Gestão**, v. 2, n. 2, p. 102-118, 2009.
- CASCINO, Stefano et al. The influence of family ownership on the quality of accounting information. **Family Business Review**, v. 23, n. 3, p. 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.
- DARMADI, Salim; SODIKIN, Achmad. Information disclosure by family-controlled firms: The role of board independence and institutional ownership. **Asian review of Accounting**, v. 21, n. 3, p. 223-240, 2013.
- DONNELLEY, Robert G. A empresa familiar. **Revista de administração de empresas**, v. 7, n. 23, p. 161-198, 1967.
- FÁVERO, Luiz Paulo; BELFIORE, Patrícia. **Manual de análise de dados: estatística e modelagem multivariada com Excel®, SPSS® e Stata®**. Elsevier Brasil, 2017.
- FLACH, Leonardo; DE MATTOS, Luísa Karam. Disclosure quality of biological assets in agricultural cooperatives. **CUSTOS E AGRONEGOCIO ON LINE**, v. 15, n. 2, p. 116-139, 2019.
- GASQUES, José Garcia et al. Desempenho e crescimento do agronegócio no Brasil. 2004.
- GONCALVES, Tiago; ZACHOW, Marlowa; TOCHETO, Jessica Mariana. Demonstração de resultado por segmentos: uma proposta para empresas do agronegócio brasileiro. **CUSTOS E AGRONEGOCIO ON LINE**, v. 15, n. 2, p. 286-304, 2019.
- GUILHOTO, Joaquim JM et al. A importância do agronegócio familiar no Brasil. **Revista de Economia e Sociologia Rural**, v. 44, n. 3, p. 355-382, 2006.
- HAIR, Joseph F. et al. **Análise multivariada de dados**. Bookman Editora, 2009.

HOFER, Elza et al. A relevância do controle contábil para o desenvolvimento do agronegócio em pequenas e médias propriedades rurais. **Revista Contabilidade e Controladoria**, v. 3, n. 1, 2011.

LEONEL, Isabela Madureira Barbosa. Sucessão na empresa familiar, com ênfase na empresa rural. 2012.

MAPA-Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Agropecuária Brasileira em Números. Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/assuntos/politica-agricola/agropecuaria-brasileira-em-numeros>>. Acesso em: 25. Nov. 2019.

MAPA-Ministério da Agricultura, Pecuária e Abastecimento. Nota da Balança (Dezembro/2019). Disponível em: <<http://www.agricultura.gov.br/assuntos/relacoes-internacionais/estatisticas-de-comercio-exterior>>. Acesso em: 12. Jan. 2020.

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.

MATTOS, T. Modelos Não Lineares e suas Aplicações. **Trabalho de conclusão de curso de bacharelado em Estatística. Universidade Federal de Juiz de Fora**, 2013.

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

PAULO, Edilson. **Manipulação das informações contábeis: uma análise teórica e empírica sobre os modelos operacionais de detecção de gerenciamento de resultados**. Tese de Doutorado. Universidade de São Paulo. 2007.

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, Giliard Creton; MARTINEZ, Antonio Lopo. Empresas Familiares Brasileiras e a Agressividade Fiscal. In: **Congresso USP de Controladoria e Contabilidade**. 2014.

SCHULZE, W.; DINO, R. The impact of distribution of ownership on the use of financial leverage in family firms. In: **US Association for Small Business**, 2004.

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

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.

SLOAN, Richard G. Financial accounting and corporate governance: a discussion. **Journal of accounting and economics**, v. 32, n. 1-3, p. 335-347, 2001.

SILVA, Alini da; DE SOUZA, Taciana Rodrigues; KLANN, Roberto Carlos. Tempestividade da informação contábil em empresas familiares brasileiras. **RAE-Revista de Administração de Empresas**, v. 56, n. 5, p. 489-502, 2016.

SILVA, Flávia de Araújo e; PINHEIRO, Laura Edith Taboada. 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.

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

SILVA, M. G.; CESARIO, Andressa Vieira; CAVALCANTI, Ivan Ramos. Relevância do agronegócio para a economia brasileira atual. **Apresentado em X ENCONTRO DE INICIAÇÃO À DOCÊNCIA, UNIVERSIDADE FEDERAL DA PARAÍBA**. Recuperado de <http://www.prac.ufpb.br/anais/IXEnex/iniciacao/documentos/anais/8.TRABALHO/8C CSADAMT01.pdf>, 2013.

SILVA, Ricardo Luiz Menezes da et al. CPC 29: uma análise dos requisitos de divulgação entre empresa de capital aberto e fechado do setor de agronegócios. **Sociedade, Contabilidade e Gestão**, v. 8, n. 1, 2013.

SIMIL, Andre de Souza; CAMPOS, Octavio Valente. A Gestão Familiar como Fator de Influência do Nível de Disclosure de Ativos Intangíveis. In: **Congresso USP de Controladoria e Contabilidade**. 2014.

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

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. **Revista Capital Científico-Eletrônica (RCCe)-ISSN 2177-4153**, v. 14, n. 4, p. 109-125, 2016.

SOUZA, Laiany Vieira de; SILVA, Júlio Orestes da, SANTOS, Thaisa Renata dos. Influência do Controle Familiar na Divulgação de Informações Por Segmento. In: **XV Congresso de Iniciação Científica em contabilidade**. 2018

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-Universidade Federal do Rio Grande do Norte-ISSN 2176-9036**, v. 8, n. 2, p. 59-75, 2016.

VASCONSELOS, Madson de Gusmão; SZUSTER, Natan. INFORMAÇÕES CONTÁBEIS POR SEGMENTOS DE NEGÓCIOS. **Revista de Contabilidade do Mestrado em Ciências Contábeis da UERJ**, v. 8, n. 2, 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.